

证券代码：300978

证券简称：东箭科技

广东东箭汽车科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-002

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：电话会议
参与单位名称及人员姓名	国联民生证券、国信证券、光大证券（自营）、圆信永丰基金、浙江益恒投资管理有限公司、上海煊鼎资产管理有限公司、华泰证券、上银基金、广东正圆私募基金管理有限公司、西部证券、大成基金管理有限公司、国金证券、华泰资产管理有限公司、明世伙伴私募基金管理(珠海)有限公司、上海泾溪投资管理合伙企业(有限合伙)、宏利基金管理有限公司、天风证券、华西证券等共计 20 人（以上排名不分先后）。
时间	2026 年 6 月 25 日（周四） 下午 15:00-16:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	1、董事长、总经理 罗军 2、副总经理、董事会秘书顾玲
投资者关系活动主要内容介绍	一、企业概况 公司总部位于广东佛山顺德；员工约 2800 人，国内有 5 大生产基地，制造总面积约 30 万 m ² 。公司长期深耕汽车改装后市场细分赛道，经过多年发展，综合实力位居国内行业前列，配套体系成熟完备，具备服务全球的产业配套实力。 1、全球化布局： 拥有北美全资子公司 MKI，设有中美双研发中心；2026 年拟筹备布局澳大利亚研发中心，未来将逐步实现中、美、

澳三地协同研产销。

2、发展历程：1994 年公司创始人入局汽车改装行业，2003 年公司主体正式成立。32 年持续聚焦汽车后市场，专心、专注汽车改装业务。

3、治理结构：2011 年公司启动职业化改革，完成去家族化管理；2017 年启动资本化，2021 年 4 月在深圳证券交易所创业板上市。

4、业务结构（2025 全年总营收 20.34 亿元）

（1）前装主机配套（维杰汽车为核心）：营收约 9.4 亿元；

（2）海内外汽车后市场（改装业务）：营收约 10.5 亿元；

（3）高端整车定制创新业务：今年初成立整车销售公司（广东、湖北），布局整车个性化定制业务，该业务尚处于起步阶段且尚未形成销售。

二、互动交流

问题 1：如何看待九部委推出的关于汽车后市场扶持政策？政策与公司业务有哪些契合点？

答：1、国内汽车改装行业此前发展相对零散，监管与标准体系尚不完善；而欧美、澳洲等海外市场则发展成熟、规模庞大。汽车是我国第二大产业，改装后市场属于增量消费领域，相关政策出台有利于引导行业向标准化、规范化方向发展，中长期有望带动消费升级。

2、四大业务层面高度契合：

（1）标准与合规体系：公司是行李架、踏板、防护杠等三项行业标准起草单位之一，拥有后市场行业同行少有的 CNAS 认证实验室；公司于 2025 年与中检测建立战略合作，联合搭建产品溯源码系统，未来计划推行产品标配溯源码，并拟向行业合作伙伴开放，助力解决行业劣币驱逐良币的痛点，改善行业知识产权保护和打

假环境。

(2) 技术专利壁垒：公司累计获授 1400 余项专利，持续高强度研发投入（2021 年以来累计研发投入约 4.5 亿）；公司自有实验室分别获比亚迪、长城、奇瑞等主机厂认证，相关政策出台抬高了行业准入门槛，行业标准的提升有利于技术积累领先的企业获得更多市场机会。

(3) 全生态业务匹配：公司推行 π 型战略，三大品牌覆盖不同消费人群，布局汽车改装、户外装备、汽车文旅圈层。相关政策内容后续落地实施，有望激发个性化消费需求。

(4) 汽车赛事技术协同：公司董事长以赛车手身份，带队出征 2026 环塔拉力赛，相关参赛经验有助于公司积累极限环境下的产品测试数据，以赛事技术反哺产品研发。同时，通过赛事参与，公司亦得以强化品牌在汽车户外运动圈层的认知度与影响力，助力公司从 B 端供应链品牌向 C 端汽车户外生活方式品牌跃迁。

问题 2：海外成熟改装市场体量多大？行业对标企业有哪些？公司核心竞争壁垒是什么？

答：1、海外市场体量及国内成长空间：根据行业分析数据，美国汽车后市场为千亿美金级，澳大利亚为数百亿美金级；在渗透率方面：2024 年国内改装渗透率仅约 4.5%，日本约 11.7%，美国约 27.6%。基于上述数据静态测算，若国内渗透率达到日本水平，市场规模理论上约有约 2.5 倍增长空间；达到美国水平，理论上约有约 6 倍增长空间。

2、对标企业：澳大利亚 ARB、瑞典 Thule。

3、东箭六大核心竞争壁垒

(1) 独特柔性制造护城河

改装业务 SKU 多、订单起订量小等特征突出，公司具备多品种、

小批量、离散型稳定生产能力；累计储备数万套工装、模具、检具，数十年专注汽车改装行业累积出来的制造能力沉淀，构成公司独特的制造体系优势。

(2) DMS 全链条设计制造服务，客户黏性较强

区别于传统 OEM/ODM，公司可为海外品牌客户提供从产品研发、设计、制造、交付全流程服务；与主要合作客户的合作周期普遍超 10 年，建立了较为稳固的合作关系。

(3) 全球化同步研发体系

中美研发中心形成时差协同研发机制，新品投放速度快；自有实验室可完成全品类测试，无需外部送检。

(4) 专利、标准、实验室积累

相关政策落地实施将有效抬高行业准入门槛，公司前期在专利、自研标准、CNAS 实验室等方面的先发积累，有望转化为合规准入层面的竞争优势。

(5) 多元业务平滑周期波动，差异化整车定制优势

前装配套与海内外后市场业务形成一定对冲效应，有助于平滑汽车行业周期波动。同时，公司深耕个性化改装领域，是多家主流车企高端整车定制业务的核心合作伙伴之一。

(6) 成熟职业化治理架构

公司较早完成去家族化，建立了稳定的职业经理人体系，区别于多数家族型民营同行。

问题 3：公司相比 ARB、Thule 利润率偏低的核心原因是什么？

答：1、利润率差距原因：拆分国内外业务来看，公司 2025 年度海外业务在高关税影响下，综合毛利率约为 38%，与对标企业无明显差异。

2、综合净利率偏低的两大核心原因：

	<p>① 前装配套业务毛利、净利偏低，拉低整体综合盈利。前装业务作为公司重要业务板块，其产品属性及客户定价模式决定了毛利率水平与后市场改装业务存在结构性差异。公司将持续优化前装业务的经营效率，提升盈利能力。</p> <p>② 国内改装市场存在低价竞争格局，对公司国内业务盈利能力形成一定压力。公司将持续通过产品升级、品牌建设及渠道优化等举措，提升国内业务的市场竞争力和盈利水平。</p> <p>注：以上涉及行业及政策判断、市场规模测算、新业务布局、合作推进计划等内容，均为基于当前信息的前瞻性表述，受政策落地节奏、行业竞争演变、国际贸易环境变化、海外布局及新业务推进进度、战略合作落地情况、经营情况等多重因素影响，存在不确定性，不构成公司对未来业绩的预测或承诺，敬请广大投资者注意投资风险。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2026年6月25日