

证券代码：603529

证券简称：爱玛科技

公告编号：2022-007

爱玛科技集团股份有限公司

关于接待机构投资者调研情况的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

爱玛科技集团股份有限公司（以下简称“公司”或“爱玛”）于2022年3月19日至3月25日，通过电话会议交流形式接待了投资者调研，现将主要情况公告如下：

一、调研基本情况

调研时间：2022年3月19-25日

调研方式：电话会议

接待投资者（排名不分先后）：华能贵诚信托、Point72 资产、中信证券资产、易方达基金、复华证券投资信托、澄明基金、海南容光基金、博时基金、嘉实基金、兴证全球基金、汇华理财、中英人寿、太平基金、东方证券资产、太平资产、长城财富保险、枫瑞资产、Marco Polo Pure Asset Management、Horizon Asset International (HK)、华安基金、斯诺波资产、理成资产、奇盛基金、汇添富基金、交银施罗德基金、中银理财、人保资产、前海联合基金、国信证券、睿亿投资、长见投资、华泰资管、豪山资产、保银投资、华夏基金、景从资产、拓璞基金、鹏华基金、兴华基金、和谕基金、谢诺辰阳投资、东吴基金、南银理财、合煦智远基金、方正证券、前海聚龙投资、多鑫投资、盘京投资、歌汝基金、财通证券、申万宏源证券、中信證券經紀(香港)、光大保德信基金、珩生鸿鼎资产、东海基金、西部利得基金、中信证券、大成基金、淡水泉投资、银华基金、德邦证券、大家资产、尊为投资、淳厚基金、工银瑞信基金、翼敦投资、方正富邦基金、肇万资产、泽泰投资基金、招商基金、龙航资产、同犇投资、冲积资产、中科沃土基金、雷钧资产、睿远基金、翎展基金、国融基金、长盛基金、恒越基金、招商证券等 115 位投资者

公司接待人员：副总经理、董事会秘书王春彦先生

二、交流主要内容

问题 1: 公司公告了 2022 年 1-2 月经营数据，营业收入和归属于上市公司股东的净利润增长均达到 50%以上，取得良好表现的原因是什么？

答: 主要有三个方面的原因：一是产品力具有竞争优势，公司在消费者深度洞察的基础上，通过正向开发推出的新品广受市场欢迎，这也是公司一以贯之的产品开发理念，2021 年 12 月份，公司召开了三次新品推广会，推出自主开发的多款新品，从 1-2 月的市场表现来看，这些新品受到终端消费者的喜爱；二是品牌力具有竞争优势，良好的品牌口碑和庞大的用户基础是用户持续选择爱玛的基础，经过多年的品牌建设，爱玛在全国范围内享有很高的知名度和美誉度，且拥有庞大的用户群，这都有助于产品的快速市场推广；三是渠道力的竞争优势开始显现，自 2021 年起，公司加快渠道建设的步伐，终端数量增幅较大，在保持渠道数量不断增长的同时，公司也注重渠道质量的提升。

问题 2: 2022 年全年是否会延续 1-2 月的经营状态？

答: 公司将努力保持稳定的经营状态。

问题 3: 公司的渠道建设的具体成效？公司的终端数量？

答: 公司将在 2022 年 4 月 16 日披露的 2021 年年度报告中说明公司截至 2021 年 12 月 31 日的经销商数量和终端门店数量，敬请关注。

问题 4: 公司最近几年的渠道建设规划？

答: 数量目标是公司渠道建设工作的指引，而单店坪效是渠道是否持续扩张的决策要点，若单店坪效出现下降，公司就会调整渠道建设策略，反之将会将渠道扩张作为持续推进的工作重点。

公司密切关注门店产出情况，如果某个店面出现产出持续下降的情况，公司将会快速采取相应措施，按规定对其经营进行调整。

问题 5: 上面提到公司新品受到市场欢迎是公司在 2022 年 1-2 月份经营表现良好的主要原因之一，能具体解释一下吗？

答: 新品的毛利水平较高，且新品在公司总体产品结构中的占比逐渐提升。

问题 6: 公司的新品开发策略？

答: 目前行业内新品开发策略主要有三种，第一种是成本领先战略导向下的新品策略，主要做法是锁定价格敏感市场，其后果是低质低价，同质化严重；第二种是对标竞品的产品开发策略，紧盯竞品，对市场上的畅销车型进行仿制，

其后果是不可避免地走红海竞争，引起行业的进一步内卷；第三种是基于用户需求的深度洞察，以消费需求作为产品开发的起点，这是一种主动引领行业、保持经营定力的开发策略，对于供应链的整合能力、客户的快速响应能力以及产品精准企划能力都有很高的要求，爱玛所践行的就是这种开发策略。

问题 7：实施差异化对于公司盈利能力的影响？

答：差异化、高端化有助于提升产品附加值和溢价，有利于提高公司盈利能力。

问题 8：行业的发展前景？

答：行业未来有较大的发展空间，理由如下：

- (1) 《新国标》有利于行业规范发展，且替换需求有利于行业容量拓展；
- (2) 外卖服务和电子商务驱动下的快递服务等成为电动两轮车的新消费场景，有利于行业容量拓展；
- (3) 双碳共识、交通拥堵问题等社会因素让电动两轮车的受众更为广泛；
- (4) 车联网等新技术的应用有利于电动两轮车获得更多的使用场景，有利于行业容量拓展；
- (5) 国际市场对于电动两轮车需求呈现上升趋势，有利于行业容量拓展。

问题 9：公司是否有布局上游的规划？是否会投资铅酸电池？

答：根据产业分工和发展阶段，视情况决定是否自主生产“三电”产品，但是我们会持续关注并深入研究“三电”的核心技术与前沿技术。

对于电池，公司主要聚焦新能源框架下的技术应用，密切关注并深入研究新动力技术在电动两轮车领域的应用，公司对于铅酸电池的投资会采取谨慎态度。

问题 10：公司对于渠道终端的库存的掌握情况？1、2 月份是否存在渠道进货后没有卖出的情况？

答：公司通过数智化渠道建设，将部分经销商的经营数据接入公司管理系统，可以实现对于终端进销存的实施掌握。

公司渠道终端库存一直保持稳定水平，不存在渠道压货的情形。

问题 11：锂电产品的占比？锂电池涨价的影响？

答：2021 年，公司锂电动力的产品销量占比在 10%左右。在锂电池材料大幅上涨之前，公司已通过支付定金、预付货款等方式对锂电池进行价格锁定，本次锂电材料涨价对公司不会产生重大不利影响。

问题 12: 今年 3·15 晚会曝光了行业内存在的电动自行车时速破解调整现象, 公司对此的看法?

答: 合规是企业长久经营的基石, 自 2019 年《新国标》实施伊始, 公司一方面从技术手段上采取了防篡改措施, 另一方面对经销商和终端门店提出强制合规要求, 并定期进行合规宣贯, 有效地控制了此种合规风险。

问题 13: 董事长重新出任总经理, 战略上有哪些改变?

答: 公司战略没有发生变化, 始终坚持“用户至上、卓越产品、精耕市场、精细运营”的战略主轴和向数智化科技公司转型的战略方向, 继续专注于电动车研发与生产的核心业务。从具体的经营策略来看, 聚焦用户的细分需求以及践行正向开发的理念, 这也是品牌突围和产业升级的必由之路。

三、风险提示

本次调研交流相关内容如涉及公司现阶段发展战略规划等意向性目标, 不能视作公司或管理层对公司发展或业绩的保证, 公司将根据相关要求及时履行相关信息披露义务, 请广大投资者注意投资风险。

特此公告。

爱玛科技集团股份有限公司董事会

2022 年 3 月 26 日