

格力博（江苏）股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-002

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	财通证券、招商证券、天风证券、民生证券、光大保德信、混沌投资、神采资产、上海证券、西部证券、诺安基金、泰旻资产、循远资产
时间	2024年2月2日 14:00
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长陈寅先生 财务总监、董秘徐友涛先生 投融资总监蒋晔先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>董事长陈寅先生：</p> <p>各位机构投资者，2023年，无论是对公司还是对整个锂电 OPE 行业都是艰难的一年，由于行业去库存的原因，公司销售收入出现下降，毛利率也有所下降；为实现商用产品的领先地位和全年的收入增长目标，公司加大了品牌宣传、市场推广及售后支持，并不断提升境外仓储物流的自动化水平，对应销售费用增长幅度较大；另外在研发方面，公司为抢抓商用 OPE“油转电”的关键历史机遇期，当年的研发投入大幅增加。相关投入使得公司品牌影响力、响应客户需求及售后服务能力得到大幅提升，进一步夯实了公司在北美市场的发展基础。2023 年末，公司成功和 Walmart 达成合作，并且已经完成了铺货；与北美清洁行业领军企业 Bissell 达成战略合作，打通了格力博锂电生态平台室内和室外的全场景应用。这些重要渠道的合作标志着格力博自主品牌战略在渠道拓展上取得重大成果，将家用领域各系列产品，推向更广泛的用户，为 greenowrks 自主品牌销售开创新的局面。</p> <p>在家用领域打开新局面的同时，格力博在商用领域也取得重大进展。2023 年 10 月底举行的 GIE 展会上，公司推出了 82V 全系列产品，完成了商用产品由点到面的完整布局。并且与全球知名传统工具品牌斯蒂尔公司签署了合作协议，由公司为其贴牌生产商用零转向割草车，首批产品已经交付。</p> <p>2024 年，公司业务有望逐步走出低谷，无论是家用领域还是商用领域，新渠道、新产品的开发与投入，将为格力博开创新的局面。</p>

问题 1：目前客户对公司商用产品的接受程度如何？

回复：2023 年，公司新推出的商用零转向割草车受到了包括经销商和绿化园林公司在内的客户一致好评，对于产品的使用性能、经济效益等均表示认可。在推广的过程中，公司意识到两点，一是经销商和绿化园林公司工人习惯于汽油机，对锂电产品熟悉度不够，2024 年开始，公司将会通过对经销商培训等方式，进行市场的推广和培育工作，以利于商用产品的迅速推广；二是相较家用端，商用领域更强调各方面服务能力，更是一个系统工程。因此，2023 年 10 月底，公司推出了商用全系列产品，从 32 寸至 72 寸全部零转向割草车，价格范围从 20000 美金至 40000 美金，以及包含链锯在内的商用手持式产品，加上商用手推式产品，再搭配上移动充电系统，2024 年开始，公司商用市场开拓侧重于为绿化园林公司提供完整的锂电化解决方案。

问题 2：2023 年，行业发展不及预期，为何公司依然加大投入，没有缩减相关费用支出？

回复：基于以往行业的高增长，叠加 2020-2022 年全球供应链及物流冲击的现象，公司应对行业发展趋势进行提前布局，希望通过加大销售投入提升业绩同时扩大自主品牌的影响力；与此同时，加州宣布 2024 年 1 月开始不得销售新生产的燃油动力 OPE 设备，公司希望在此之前尽快完善商用产品体系，以利于迅速占领加州市场，所以 2023 年加大了研发投入；基于业务扩张的需要，公司扩大了人员规模，同时也升级了 IT 系统和物流体系，并加强了全球管理，包括越南和美国的工厂，公司三项费用支出因此而增加。考虑到 2023 年行业增速放缓的现实，公司加强了 2024 年的预算管控，严格控制各项费用支出，同时加大对市场终端销售的跟踪力度，根据市场信息及时调整费用支出。

问题 3：公司研发投入主要用于哪些方面？

回复：为抢抓 OPE “油转电”的关键历史机遇期，2023 年公司研发投入大幅增加，一是新增招聘了较多研发人员，二是上马项目较多，涵盖商用、家用、手持式、手推式、坐骑式、储能以及出行类等多个领域。

问题 4：加州燃油禁令，对公司业务有何影响？

回复：美国加州要求，从 2024 年 1 月 1 号开始，新销售的小型发动机产品，如吹叶机、割草机、链锯和高压清洗机等，实现零排放。无论是零售商还是经销商，只能采购锂电动力的 OPE 设备在加州销售。加州的人口占全美大约 12%至 15%，GDP 也与之相当。得益于气候适宜和人口集中，加州对 OPE 的需求非常大，规模约占全美超过 12%。北美经销商开始采购符合环保标准的锂电 OPE 产品，亚马逊已对加州地址限制燃油园林机械销售，沃尔玛后续也跟进，2024 年二、三季度锂电 OPE 将开始大规模销售。为满足即将到来的市场需求，公司开发出全系列的商用款锂电园林设备，覆盖市场上各种

	<p>园林维护需求。</p> <p>问题 5：2024 年费用支出公司是否会有管控？ 回复：考虑到 2023 年行业增速放缓的现实，公司加强了 2024 年的预算管控，严格控制各项费用支出，同时加大对市场终端销售的跟踪力度，根据市场信息及时调整费用支出。</p> <p>问题 6：2024 年业务主要增长点在哪里？ 回复：2023 年，公司和沃尔玛达成了合作协议，2024 年开始在北美门店销售全系列 60V 新品；与此同时，公司还与全美著名的吸尘器品牌 Bissell 达成战略合作，Bissell 选用格力博 24v 电池包平台，格力博生产的 24V 电池包可以通用 Bissell 的吸尘器和 greenworks 24v 系列产品，从而达到联通室内与户外的目的，该吸尘器在越南生产出货。经过 2023 年在商用领域的布局，2024 年公司的商用业务也将是公司发展的重点，其中 Optimus Z 商用锂电零转向割草车也已开始给 Stihl 供货。</p> <p>问题 7：美国大选结果是否会影响公司业务？ 回复：目前美国是公司主要产品的销售市场，中美关系也是公司运营管理需要考虑的重大因素之一。为了应对中美关系的波动，2019 年公司在越南海防的工厂正式投入使用，截至 2023 年底越南基地已经承担了 50%以上的生产任务，公司这一前瞻性举措有效避免了后续高关税带来的负面影响。2022 年公司又在越南太平购买了 20 万平米的土地，该基地未来用于生产成熟的零部件和对美出口的部分高关税产品，目前一期建设已经完成即将投产。此外，公司在美国田纳西也布局了生产基地并于 2023 年 1 月份投产，该基地将生产高附加值的商用产品。这些举措有利于公司避免中美关系波动带来的影响。</p>
附件清单（如有）	
日期	2024 年 2 月 2 日