

证券代码：603529

证券简称：爱玛科技

公告编号：2022-094

## 爱玛科技集团股份有限公司

### 关于 2022 年第三季度业绩说明会召开情况的公告

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 11 月 22 日上午 9:00-10:00 通过上证路演中心（网址：<http://roadshow.sseinfo.com/>）召开了公司 2022 年第三季度业绩说明会，现将有关事项公告如下：

#### 一、业绩说明会召开情况

2022 年 11 月 12 日，公司在上海证券交易所网站（[www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn)）及指定信息披露媒体披露了《爱玛科技集团股份有限公司关于召开 2022 年第三季度业绩说明会的公告》。

2022 年 11 月 22 日，公司董事长、总经理张剑先生，董事、董事会秘书、副总经理王春彦先生，财务总监、副总经理郑慧女士，独立董事马军生先生出席了本次说明会。参会人员就公司经营成果及财务状况与投资者进行沟通和交流。

#### 二、投资者提出的主要问题及公司的回答情况

公司对投资者在本次业绩说明会上提出的普遍关心的问题给予了回复，现将主要问题及回复整理如下：

##### 问题 1：请问爱玛 2023 年产品和渠道布局方面分别有何规划？

答：产品规划方面，公司坚持以“科技与时尚”作为品牌主张，将研发和产品创新作为提升公司产品竞争力以及实现长远发展的主要手段，从用户需求出发，不断探索新技术、新材料的引进与应用，改进现有生产技术及工艺，提高产品性能和附加值，获得领先的科技力与产品力作为公司长远发展的保障。同时，公司在时尚方面的创新能力独树一帜，具有多样化的产品开发创新能力，将持续开发种类丰富、精准契合不同消费群体需求的不同车型，以满足消费者对于安全骑行、时尚和个性彰显的追求。渠道拓展方面，公司继续推进国内渠道精细化管理，坚定厂商价值一体化的方向，持续拓展门店数量，通过优化经销商及门店管

理体系及数智化经营，提高渠道终端的精细化管理水平，以提升经销商营销能力和单店产出。

**问题 2：请问未来电动两轮车行业发展向好亦或已趋于饱和？公司发展空间是否将受限？**

**答：**公司认为行业仍有很大的发展空间。一方面，人们对中短途出行便利的需求、对减少密闭空间聚集的需求、对低碳出行的需求，以及消费习惯改变所带来的行业容量自然增长；另一方面，2019 年新国标实施后，电动两轮车行业市场份额呈现出向规模企业和品牌企业集中的趋势，爱玛主动地向市场需求靠近，持续推出更加符合细分人群的产品，努力拓展公司在电动两轮车行业的消费群体边界。

**问题 3：电动车行业产品较为同质化，公司创新能力怎么样？**

**答：**公司坚持以“科技与时尚”作为品牌主张，将研发和产品创新作为提升公司产品竞争力以及实现长远发展的主要手段，从用户需求出发，持续引进新技术、新材料，并将其应用于产品制造，改进现有生产技术及工艺，提高产品性能和附加值，将获得领先的科技力与产品力作为公司长远发展的保障。公司的科技力提升卓有成效，公司于 2022 年以“引擎 MAX”的能量聚核系统升级为基础，以车联网技术融入为重点，以汽车工业的部分算法和工艺为参照和标准，研发了“引擎芯动力”能量管理系统，除公司自主研发并已获得发明专利的 SDS 智慧动力系统和 CES 制动能量回收系统外，还升级并引入 BMS 智能锂电安全管理系统、DMC 驾驶模式管理系统、GVC 加速控制系统以及 QEMS 全流程追踪质管平台等，能够有效地提升现有能源框架下优化的能量利用效能、为用户提供更智能、更舒适的骑行体验，同时还通过使用过程中降低关键零部件的损耗提升整车质量、延长使用寿命。同时，公司在时尚方面的创新能力独树一帜，公司产品在车身造型、喷漆质感、色彩搭配等方面始终引领行业时尚风向标，并具有多样化的产品开发创新能力，车型种类丰富，能够满足不同消费群体对于安全骑行、时尚生活和个性彰显的追求。

**问题 4：爱玛门店遍布全国各地，是怎么应对经销商的管理风险的？**

**答：**经销商既是公司的直接客户，也是公司向其经销区域内消费者展示品牌形象、提升品牌美誉度的重要窗口。经销商自身的经营能力、风险偏好、奋斗意愿对其经销区域内公司产品的销售影响较大。对此，公司不断完善经销商管理体

系，严格执行经销商准入、培训、考核评价以及退出等方面的管理规范，建立了有进有出、优胜劣汰的分级动态渠道管理制度，激发经销商经营热情、提升经销商运营能力，确保公司渠道体系的活力与良性发展。

**问题 5：公司前三季度业绩整体表现亮眼，毛利率和净利率均有所提升？想请您介绍一下，主要受到了哪些因素的影响？**

**答：**2022 年前三季度，公司营业总收入 172.28 亿元，同比上升 37.69%，归母净利润 13.76 亿元，同比上升 138.28%；毛利率 15.31%，净利率 7.98%。

业绩增幅的主要原因：一是产品力提升，公司在消费者深度洞察的基础上，加大新品开发力度，优化产品结构并提升新品和高毛利产品在销售中的占比，推出的新品广受市场欢迎；二是品牌力具有竞争优势，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 年上市以来，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。四是整体经营提质增效，公司全面提升经营效率，合理控制相关费用，取得了良好的管理效果。

**问题 6：公司接下来的渠道建设计划是什么？会持续拓展线下渠道会影响单店坪效吗？**

**答：**渠道建设与升级一直是公司的重点战略。单店坪效维持稳中有升是渠道是否持续扩张的主要考虑因素。一方面，公司持续推进渠道数量的拓展，实施渠道下沉策略，加强城市社区与乡镇的网点建设，增加终端店面数量；另一方面，公司采取全方位的经营措施以提升门店管理效率和门店产出。基于这两点，公司建立了有进有出、优胜劣汰的分级动态渠道管理机制，确保公司渠道体系的活力和良性发展，并且公司持续推进服务于个体门店的城市经理计划，实现对经销商和门店的赋能，提高渠道终端的精细化管理水平，实现了门店运营效能的提升。

**问题 7：爱玛作为一个时尚品牌，是如何保持品牌的时尚活力？如何持续提升品牌影响力的？**

**答：**今年前三季度，公司通过与时尚芭莎合作、执行追星计划、门店形象升级、时尚女星代言、拍摄时尚大片等方式，提升“爱玛”品牌的高端时尚感，尤其是与优质综艺“乘风破浪的姐姐”合作，并顺势发布了时尚车型“晴天”，在多个头部时尚流量平台上取得了良好的宣传效果，有效地增强了用户尤其是年轻

消费群体对公司品牌与产品的价值感知与认可。另外，公司与国际知名的设计师杰诺夫（RobJanoff，著名手机品牌苹果 logo 的设计者）合作，以“科技、时尚”的品牌主张为内核，对“爱玛”品牌 logo 进行高端化升级，提升了品牌调性。

**问题 8：公司海外市场发展的怎么样，公司国外市场主要有哪些国家？其收入占总销售额的比例是多少？有无国外市场的拓展计划？**

**答：**公司产品主要出口欧美、东亚、东南亚等地区。2021 年、2022 年上半年，公司境外收入的占比分别为 1.13%和 1.24%。针对国际市场需求，后续公司也将继续加大投入，以本土市场化策略为基础加速拓展国际市场。

**问题 9：公司规模也不小，知名度也很高，是否参与过行业标准指定？**

**答：**公司充分发挥在研发和技术方面的优势，积极推进行业技术标准化，主编或参与制定的国家标准、行业标准有十余份，包括《电动自行车用充电器技术要求》《电动摩托车和电动轻便摩托车动力性能试验方法》《电动摩托车和电动轻便摩托车安全要求》等，子公司江苏爱玛曾获得全国自行车标准化技术委员会电动自行车分技术委员会颁发的“行业标准化工作先进单位”荣誉称号。

### **三、其他事项**

关于本次说明会的全部具体内容，投资者可登录上证路演中心（网址：<http://roadshow.sseinfo.com/>）查阅。公司对长期以来关注和支持公司发展的投资者表示衷心的感谢！

特此公告。

爱玛科技集团股份有限公司董事会

2022 年 11 月 23 日