

证券代码：603529

证券简称：爱玛科技

公告编号：2022-073

爱玛科技集团股份有限公司

关于 2022 年半年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 9 月 2 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 年半年度业绩说明会，现将有关事项公告如下：

一、业绩说明会召开情况

2022 年 8 月 25 日，公司在上海证券交易所网站（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 年半年度业绩说明会的公告》。

2022 年 9 月 2 日，公司董事长、总经理张剑先生，副总经理、董事会秘书王春彦先生，副总经理、财务总监郑慧女士，独立董事王爱俭女士，独立董事孙广亮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：请问爱玛的数智化建设情况？

答：报告期内，公司深入推进“361 数智化工程”战略，以数智化推动运营力提升，为各业务领域全面赋能。营销与计划方面，通过建立并不断完善用户画像，有利于精准洞察消费需求以提升产品开发的成功率；解决打通销售预订单、物料供应链与排产计划、以及物流排期系统后存在的系统运行问题，提升公司产品交货、上市的及时性和准确率；数智化服务方面，拉通爱玛车服与经销商管理系统，有利于经销商建立并经营其私域流量池，同时有利于提升产品动销数据和品质数据的准确性；智能制造深化应用方面，MES 系统实现全基地上线，有利于

提升生产流程的可视化和管理效率；QMS 项目系统实现全基地上线，有利于提升品质数据透明、可追溯和品质输出的稳定性、一致性。

问题 2：爱玛在国际渠道如何进行拓展？目前业绩有怎样的提升？

答：在国际渠道方面，根据公司目前的国际产品品类，组建数个营销团队，按照主要市场的区域特征和消费习惯实施因地制宜的渠道拓展计划，有利于国际市场销量的提升。报告期内，国际业务收入为 1.17 亿元，收入同比提升 111.69%。

问题 3：在新国标引起的两轮车迭代之后，公司有没有新的增长点？疫情对于公司销售，影响程度如何？

答：在经济转型、信息技术、双碳政策、新冠疫情的宏观背景下，电动两轮车的消费市场逐渐呈现出三个趋势，即品质需求升级与消费需求个性化、消费者环保意识的觉醒，以及消费者追求便捷与智能。此外，由于国际市场的需求增加，电动两轮车产业正在由一个本土诞生、本土发展、本土繁荣的产业，进一步走向海外，加速该产业的国际化之路。基于此，未来电动两轮车行业将呈现出差异化、高端化、智能化和国际化的趋势。具体而言，电动两轮车行业增长与产业升级主要受益于如下原因：

(1) 可持续的消费需求驱动行业增长

我国人口超过 14 亿，为全球最大的交通工具消费市场，庞大的人口基础、未来新增人口及二孩/三胎政策将持续为行业的未来带来良好的发展机遇。

(2) 电动两轮车产品向差异化、高端化、智能化发展

差异化：随着居民生活水平提高和行业升级趋势的发展，电动两轮车的产品也会呈现差异化的趋势，具体表现为针对细分消费需求进行精准定位与深入研判，根据不同的个性化需求进行产品的针对性研发和定制化生产。

高端化：随着行业竞争的加剧、产业秩序的重构以及消费需求的变迁，电动两轮车行业正逐步迈向高端化，一是产品的功能升级与拓展，二是品牌的重新定位与延伸，三是全面的高端化转型。

智能化：随着车联网技术的不断发展，智能化功能有望成为标准功能配置。届时，电动两轮车将不仅是短出行交通工具，也将成为居民智能网联媒介体系的重要组成部分和社会网联数据的重要来源。

(3) 绿色出行理念进一步促进电动交通工具发展

“低碳绿色出行”的共识让电动两轮车的受众更为广泛。近年来，各国政府为解决突出的温室效应问题，不断完善低碳减排的政策法律法规体系，倡导绿色环保理念。“低碳绿色出行”的社会共识使电动两轮车愈加受到消费者青睐。

(4) 快递、外卖配送等拓展了电动两轮车的使用场景

外卖配送等新兴经济的兴起大大拓展了电动两轮车的使用场景，各类上门服务成为新消费主流，O2O（线上/线下）和电子商务驱动下的快递与配送服务成为电动两轮车的新消费场景，有利于行业容量拓展。

(5) 国际需求为行业带来新的增长点

碳减排是在全球范围内形成的重要战略共识，在各国“双碳”政策不断落地的背景下，电动两轮车的国际市场呈现增长趋势。

在新冠疫情防控新常态的情况下，对于公司销售的影响主要来自于两方面，一方面，从疫情传播的角度来讲，消费者出于对密闭公共交通环境下病毒传染的考虑，有大量人群转而使用开放、独立的交通工具，电动两轮车成为其交通出行的一种选择，相当于扩大了电动两轮车的用户基础；另一方面，从疫情防控下对于产品供给和流通的影响来看，对于产品的供给效率产生了一定的影响，但是对于用户是否选择将电动两轮车作为出行工具的购买决策没有影响。

此外，公司充分发挥多元灵活的供应链优势和辐射全国的生产基地网络优势，做好常态化新冠疫情防控，加强灵活备货、精益生产管理，确保采购、生产和销售发货平稳，最大限度减少疫情对公司的影响。目前公司整体运营正常，各项业务正常开展。

问题 4：能否说明一下爱玛上半年研发投入情况？

答：公司始终将自主研发作为提升公司产品性能、竞争力以及实现长远发展的根本与基础，将研发和产品创新作为品牌高端化和提升公司产品竞争力的底层架构，不断加大研发投入。报告期内，公司的研发费用为 2.13 亿元，同比增长 49.86%。

问题 5：爱玛在产品设计和开发方面怎么规避产品同质化问题？

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。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。

在时尚设计方面，公司与中国色彩时尚方面的权威机构——中国流行色协会进行合作，设立了行业领先的电动车流行色彩研发基地，取得了麦 MINI、ICOOOL 等各类原创设计成果。另外，公司自主研发的创新车型也不断收获荣誉，曾获得中国摩托车年度车型评选组委会颁发的“年度创新车型”、“年度时尚车型”奖项，美国国际设计奖项协会（IAA）颁发的 MUSE 奖金奖等。

问题 6：你好今年上半年爱玛毛利率净利率为什么提升幅度这么大？

答：公司 2022 年半年度毛利率 14.66%，较去年同期的 11.37%有显著提升，主要原因是：报告期内公司专注主业、持续发挥品牌优势，取得了业绩增长，同时加大新品开发力度，优化产品结构并提升新品和高毛利产品在销售中的占比。公司 2022 年半年度净利率 7.29%，较去年同期的 4.30%有显著提升，主要原因是：

（1）公司优化产品结构并提升新品和高毛利产品在销售中的占比；（2）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 7：能否介绍下爱玛线下和线上的销售渠道情况？

答：线下渠道方面，公司积极推行以消费需求为导向的品牌战略，抓住电动两轮车市场的发展机遇，充分利用品牌影响力，大力拓展经销商渠道，形成了遍布全国的线下销售网络，实现了规模经营和快速扩张。公司坚持厂商价值一体化，不断完善经销商管理制度和体系，吸引了在区/县市场占有率较高、具有市场影响力的优质经销商与公司建立长期的战略合作关系，经过多年的不断积累，构建了以区/县为单位的扁平化营销渠道，具有广覆盖、高效率的优势。

线上渠道方面，公司已打造多平台的线上渠道体系，包括天猫、京东等主流电商平台和抖音、小红书、快手等新兴平台，并凭借数智化赋能平台和覆盖全国的服务网络，为线上消费者提供全面全时、售后便捷的购物体验；另外，协同公司的营销措施，线上渠道发挥了流量导入和新客获取的重要功能。

问题 8：2022 年上半年，爱玛在产品开发及爆品打造方面情况如何？

答：在产品开发方面，公司以满足用户需求为核心，持续推动并优化精准高效的 APDS 流程（爱玛产品开发流程），从产品设计、企划、研发到生产导入，始终围绕用户需求进行产品开发及验证，设置多个关键阀点及控制指标进行整车

开发的阶段性目标确认，在 QCD 的约束下开发出能够精准契合目标用户群体需求的车型。报告期内，公司新品开发在质量目标达成率、新品交付并上市时间目标达成率和成本目标达成率方面有明显提升，新品的毛利水平同比亦有明显提升。在爆品打造方面，公司集成了产品全生命周期中不同的业务流程、组织职能及信息系统等，在各个环节进行信息共享、工作互助与业务协同，包括新品企划及研发、降本优化、产品上市、营销宣传、新品铺市、促销推广及退市管理，设置了以销量指标和盈利指标为核心的激励方案。报告期内，项目运行情况良好。

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 9 月 3 日