

江苏中信博新能源科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

证券简称：中信博

证券代码：688408

编号：2024-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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（）
参与单位名称	中信建投、中金公司、东北证券、招商基金、广发证券、财通资管、鹏华基金、东海证券、海富通基金、建信基金、平安人寿、兴业证券、西南证券、国寿安保、江亿资本、汇华理财、万家基金等机构。
时间	2024年4月29日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	营销中心负责人周石俊先生、研发中心负责人杨颖先生、财务负责人荆锁龙先生、董事会秘书刘义君先生。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司2023年度主营业务分产品、分地区情况</p> <p>公司主营业务收入分产品情况：截止2023年12月31日，固定支架收入20.62亿元，同比增长26.34%；跟踪支架收入35.98亿元，同比增长124.13%；BIPV收入6.5亿元，同比增长65.16%。</p> <p>公司主营业务收入分地区情况：截止2023年12月31日，境内项目收入31.36亿元，同比增长53.49%；境外项目收入32.33亿元，同比增长96.93%。</p> <p>2、公司2023年度支架业务增长的主要原因</p> <p>2023年，随着光伏产业链上游组件等产品价格的不断下行，光伏电站投资成本的下降，全球集中式地面电站建设意愿增强、速度加快，新增装机规模屡创新高。公司依托于早期光伏支架纵向、横向一体化策略，规划全球化营销网络体系、搭建全球化供应链、研发创新产品及零部件带来降本增效能力等，紧抓行业机遇，在中东、拉美、印度等海外区域实现了支架业务快速增长，实现光伏支架业务营收规模大幅增长。截止2023年12月31日，公司光伏支架业务收入56.60亿元，同比上涨74.83%。</p> <p>3、公司2023年支架业务毛利率情况</p> <p>随着公司光伏支架系统产品及零部件研发创新，早期全球供应链布局产能贡献效应提升、采购模式优化及采购渠道拓展等降本增效方式不断促进，使光伏支架系统</p>

产品综合成本得到有效控制，同时随着海外大项目订单陆续交付，跟踪支架系统产品销量占比提升，叠加原材料价格趋稳、汇率波动等影响，公司支架系统毛利率稳步提升。2023年，公司固定支架毛利率16.94%，比上年增加5.55个百分点；跟踪支架毛利率19.96%，比上年增加6.19个百分点；支架业务综合毛利率18.86%，同比增长超6个百分点。

4、2024年一季度光伏支架产品项目交付规模

第一季度，公司财务收入确认对应的交付跟踪支架产品总量约3.82GW，固定支架产品总量约860MW；境外交付光伏支架总量约3.6GW，国内交付光伏支架总量约1GW。

5、公司2024年第一季度经营现金流出原因及后续措施

公司2024年第一季度经营活动产生的现金流量净流出较高，主要系公司对应付账款的按期支付、应付票据款的到期兑付、为在手订单原材料储备采购支付以及一季度回款中票据比重上升所致；后续公司将进一步做好资金收支平衡工作、加大对应收账款的催收力度，同时在签订销售合同时，对于现汇回款率较低的客户进行筛选，有效降低应收账款的风险。

6、公司如何保持在印度及中东市场的竞争优势

印度市场方面：公司在印度市场布局较早，与印度本土公司阿达尼战略合作，中信博控股60%合资共建印度生产基地，产能可满足印度本土生产交付，可应对印度市场的增长预期，稳固了公司在印度市场的领先地位。

中东市场方面：公司将围绕满足其本土化的要求做产业布局，夯实公司原有市场份额及地位，公司拟将天双跟踪支架系统产品，1P双排多点平行驱动跟踪技术在中东市场广泛推广。以更低建设成本、更优交付力、更高发电增益保障项目运营，提升客户价值。同时以满足客户需求为度量衡，不断加大研发投入，开展研发创新、快速积极响应客户需求、提升差异化项目方案解决能力，不断提升公司在中东地区的品牌竞争优势。

7、公司海外市场订单剧增，如何防控风险

随着全球化市场开拓，光伏项目建设规模增大，对公司全球化交付能力形成了严峻的考验。公司在原有国内外生产基地及已搭建的全球供应链基础上，计划在中东、拉美等海外关键市场，结合新签订单情况逐步投资建设满足本地化要求的产

能，采用本地化生产、中国出口及依托国际战略合作供应商等多途径方式，支撑公司全球主要市场的交付能力，保障产品交付顺利完成。公司在签订海外订单前，将强化对客户的高誉情况、财务情况、付款情况等进行有效核实，择优选择合作伙伴，有效降低商业风险。

8、公司海外市场布局策略及完成情况

公司深耕核心海外市场，布局战略市场，拓展增量市场。同时深化海外市场产业链布局强化本土服务，围绕打造领先的全球交付和服务能力开展海外业务。逐步实现产品出海、产业出海、品牌出海，布局细分海外市场逐个击破，完善本土化及项目差异化解决方案能力。截至目前，公司在全球构建了欧洲、美洲、亚太、中东非4大服务中心、17个海外分支机构，在拉美巴西、欧洲西班牙、中东迪拜分设3大海外区域总部赋能区域性支架运营、研发及交付能力。

9、物流费用对公司成本的影响

光伏支架产品物流费用占成本的比例，国内交付根据不同项目地的距离远近及交付方式不同、交通方式应用差异等而有所不同。海外交付物流费用，因项目地远近及签订的物流协议的差异，FOB、CIF及其他不同交付方式，物流费用约占成本的3%到10%不等。公司积极搭建全球供应链及海外本土化产能，提升全球化交付能力的同时，有效降低交付运费成本。

10、光伏支架产品单瓦价格影响因素

首先，随着光伏主材组件功率的不断提升，光伏支架成本与价格无法匹配对应组件功率增速，公司支架系统产品单瓦价格处于被动降价状态，同时国内外光伏项目增速明显，组件效率增大，给光伏支架产品销售带来的影响较小。

其次，每一个集中式地面光伏电站的支架解决方案均为定制化，均需结合不同的地形、地貌、地域、风沙雨雪等自然因素及客户需求喜好等做差异化设计，同时叠加原材料价格变化的因素，不同项目的光伏支架单瓦价格均会存在差异。

11、国内跟踪支架渗透率弱于海外市场的原因

国内跟踪支架渗透率一直低于海外市场，受消纳、价格、产品认同等诸多因素的影响。国内部分区域电力消纳仍存在一定壁垒，使得跟踪支架多发电量不能有效消纳，一定程度上制约了跟踪支架项目实施。同时，国内光伏支架多采用集采方式，对价格敏感度较高，制约了初始投资成本较高的跟踪支架解决方案的实施。但

	<p>从电站全生命周期度电成本、电站投资收益角度测算，跟踪支架产品更具优势。国内支架领域尚未形成品牌意识，对跟踪支架的认同度偏低。跟踪支架参与者方案解决能力分化明显，叠加部分参与者以产品质量为代价进行低价竞争，导致部分跟踪支架项目出现质量问题，降低了客户对跟踪支架产品的认同度和使用意愿。</p> <p>公司始终以“科技赋能，引领产业发展”为使命，将积极推进国内跟踪支架产品导入及市场培育，通过与业主、设计院等多方沟通，宣导跟踪支架的优势和价值，提升客户对跟踪支架产品的认同度。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2024年4月29日