

证券代码：689009

证券简称：九号公司

九号有限公司

投资者关系活动记录表

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
形式	<input type="checkbox"/> 现场 <input type="checkbox"/> 网上 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称	开源证券、兴全基金、鹏扬基金、广发基金、国投瑞银基金、博时基金、华商基金、国泰基金、汇添富基金、东方基金、大成基金、南方基金、贝莱德基金、中银基金、景顺长城基金、汇安基金、泰达宏利基金、诺安基金、天弘基金、中欧基金、嘉实基金、万家基金、银河基金、宝盈基金、工银瑞信基金、招商基金、中信保诚、华安基金、金信基金、富国基金、华富基金、格林基金、东吴基金、新华基金、建信基金、农银理财、交银施罗德基金、泓德基金、兴业基金、中金公司、长信基金、博道基金、鹏华基金、银华基金、平安基金、安信基金、长城基金、国联安基金、金鹰基金、东证资管、中庚集团、民生加银基金、兴华基金、TAIKANG ASSET MANAGEMENT (HONG KONG)、摩根基金、宏利资产、华西基金、宁银理财、融通基金、兴证全球基金、西部利得、光大保德信基金、信泰人寿、汇百川基金、CLSA、工银瑞信、花旗香港、中庚基金、平安大华基金、永赢基金、工银国际、华福证券、平安银行、太平养老保险、中国人寿、上海益和源、国寿养老、太平资产、招商信诺、大家资产、阳光资产、财通证券、万和证券、浙商证券、中荷人寿、泰康资产、招银理财、昆仑信托、中航信托、淡水泉、国寿健康、远信投资、瓴仁投资、宁波三登投资、旭松资本、上海金历投资、杭州长谋投资、玖鹏资管、华夏财富、鸿运私募基金、北京橡果资产、明达资产、兴亿投资、明华信德私募证券基金、泉汐投资、榕树投资、易同投资、哲灵投资、彤源投资、宽源私募证券基金、鼎萨投资、泓澄投资、佳润实业、淳瀚投资、同犇投资、玄元投资、源峰基金、弘毅远方、Brilliance、中欧瑞博、明河投资、茂源财富、磐厚动量、尚诚资产、丹羿资产、红华资本、玖鹏资产、智子投资、信海达资产、弘则研究、和谐汇一、奇盛基金、羽田私募基金、共青城紫骅投资、远望角投资、沅京资本管理、国信投资、霄沅投资、鹏举投资、宇泽(武汉)私募基金、高毅资产、云禧私募、君和资

	本、辰沅资产管理、乾行资产管理、广东民营投资、合远私募基金、弘鼎资本、沅谊投资、泓澄投资管理、上海汽车集团金控管理、联创投资集团、五中私募基金、复胜资产、丰源正鑫、民众创新控股、国华投资、慧石资产、至诚投资、万利富达、红筹投资、和信金创投资、易家资产、度势投资、神州牧基金、智诚海威资产、深圳前海海雅金融控股、中天汇富基金、中银国际证券、民生证券、华安证券、招商证券、中信证券、华福证券研究所、光大证券、中信建投证券
时间	2024年5月16日
地点	进门财经
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 徐鹏 中国经营事业部总裁 何飞龙
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次调研投资者提出的问题及回复情况整理如下：</p> <p>1. 两轮车业务近期表现情况如何？</p> <p>答：2024年第一季度规模、毛利率和净利率方面表现都优于行业，整体门店店效和盈利也很健康。</p> <p>4月整体行业受到国检影响有所下滑，公司激活情况仍表现良好。5月下旬将开启618大促，两轮车产品销售线上占比较高，有机会拉动5月整体销量。618结束进入旺季后，新开门店逐步贡献增量，从而拉动旺季销量。</p> <p>2. 国检对公司门店3-5月份的影响？</p> <p>答：对公司也存在一定影响，但整体来看国检对公司影响相对较小，否则预计增速会更高。</p> <p>公司产品都是合规产品：公司出厂原装产品竞争力足够强，虽然监管更加严格，但并不影响公司产品的竞争力。</p> <p>3. 目前建店进展情况怎么样？</p> <p>答：预计全年存量门店数为7,000家，比预期情况要好，建店任务指标大多在上半年完成，从而二季度的旺季能够贡献更多增量。</p> <p>4. 目前电动车的产品结构情况怎么样？碳晶电池推出后的反馈如何，是否会大范围普及？</p> <p>答：2024年电摩和电轻摩销量占比会有所下降，电自占比会上升，主要系适应市场情况推出的国标车销量占比提升。预计2024年，4,000元以上价位段市占率会进一步提升。</p>

公司产品以爆款策略为主，年初以来推出的MIX系列国标车销售有超预期，部分车型到目前还有缺货情况，经销商反馈部分车型需要拼手速抢单。

新推出碳晶电池作为具备竞争优势的核心技术，3年质保领先行业，能够加强公司铅酸产品的竞争优势。目前市场反馈良好，随着碳晶电池等技术口碑的积累，后续在3,000-4,000元价位段还有很多空间。随着国内市占率的提升，后续合适时间会逐步拓展海外市场。

5. 前面提到全年7,000家门店目标，2024年新增门店策略是填充空白网点为主还是优势市场加密？

答：预计2024年年底公司将基本覆盖全国大行政区域，届时不会有空白网点。其次公司按照20%市占率计算开店数量，根据公司的产品策略，并不是门店数量越多越好，不会盲目开店。

6. 长远来看能够覆盖到什么样的城市级别？

答：九号是第三个从北到南进入每个城市，从城市到乡镇，口碑做的很好的品牌，所开的门店都能存活下来，公司实际因经营不善导致的关店率不到1%。

7. 经销商的盈利情况怎么样？

答：公司平均店效能够做到行业前三名，单台毛利较高，也给了门店更高的经营质量。公司开店不是以公里数来做保护的，而是以每个门店能够盈利为基础来倒算开店数量的，例如某区域行业销量1万台，以20%市占率测算出九号产品目标2,000台，按单店店效倒算应该开多少家门店，即使能够做到更多也会以这几家店为主，不会再新开门店。

8. 目前渠道库存情况怎么样？

答：公司能够实时监测到终端动销和滞销情况，从而及时做出应对策略。目前行业库存2个月左右，公司库存不到1个月。

9. 跨过100万台销量之后盈利能力提升的原因是什么？背后成本控制情况以及单车盈利预期如何？

答：首先公司走的爆款策略，单款SKU规模效应会更加明显，供应链的优势和规模也逐渐突显，其次公司产品销售具备

	<p>一定的定价权，最后公司的用户对公司产品的认可，也愿意接受产品的定价。</p> <p>10. 对费用投放的节奏规划是怎么样的？</p> <p>答：公司注重长期发展战略，持续做有必要的投放策略，会在年初预算内进行精准投放，时刻关注投产比，如果收入超预期，则利润可能也会超预期。</p> <p>11. 销量表现良好，背后有客群破圈的现象吗，目前公司客群的情况如何？</p> <p>答：预计2024年破圈用户数量会越来越多，这也是规模体量快速增长的原因之一。公司锁定三大用户群体，目前学生用户群体之外的用户群体拓展比较顺利。</p> <p>12. 听说有很多经销商想加入九号，九号电动车与其他家相比，智能化比较突出。公司会怎么赋能经销商或者门店，让其能够最快适应公司的销售和推广节奏？</p> <p>加盟商体系会存在一些痛点，2025年可能会看到新的管理模式。</p> <p>九号经销商经营质量很健康，吸引了很多经销商想加入。公司对经销商有选择标准：选人，是否适合九号，能否接受并认同九号的营销体系和打法；选店铺，要看店铺情况是否满足九号要求；人和店铺都符合要求后，进入第一轮面试环节，要和九号地区负责人进行充分沟通，看其是否有充足的精力和能力经营；最后进入第二轮面试环节，由中国经营事业部总裁面试，如果通过则可以成为九号经销商。</p>
附件清单（如有）	无