

## 骆驼集团股份有限公司

### 投资者调研沟通活动纪要（2024年4月-5月）

<p><b>活动类型</b></p>	<p> <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研      <input checked="" type="checkbox"/> 分析师/投资者会议  <input type="checkbox"/> 媒体采访            <input type="checkbox"/> 业绩说明会  <input type="checkbox"/> 新闻发布会          <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动  <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观              <input type="checkbox"/> 其他_____                 </p>
<p><b>主要参与单位名称</b></p>	<p>国信证券、中泰证券、海通证券、华鑫证券、中邮证券、东北证券、开源证券、鹏华基金、中欧基金、华宝基金、诺安基金、汇添富、华泰柏瑞、上投摩根、兴证全球、交银施罗德、永赢基金、景顺长城、工银瑞信、中邮基金、浙商基金、东方证券自营、光大证券资管、光大证券自营、旭迎基金、东吴基金、国泰基金、民生加银基金、国联基金、平安资管、工银安盛、AIA、太平资产、中国人保资产、西部利得、中银基金、淡水泉（北京）、上海混沌投资、恒越基金、创金合信基金、和谐汇一、广东正圆私募基金、北京和聚投资、淳厚基金、鹏扬基金、青骊投资管理（上海）、上海趣时资产、新疆前海联合基金、Ningbo Tianshi Renhe Equity Investment 等</p>
<p><b>地点</b></p>	<p>公司会议室、策略会会场等</p>
<p><b>公司主要接待人员</b></p>	<p>董事会秘书等</p>

**主要交流问题：**

**1、公司近期经营情况介绍。**

公司延续了过去良好的发展势头，在传统业务保持稳中有升的情况下，新业务也取得了一定突破，截至目前，公司铅酸电池的产能已达 4000 万 kvah，铅酸电池产能、销量已连续多年居于行业前列。

公司紧密围绕双循环战略，持续推进业务转型升级，一方面不断优化研发、

制造、销售、回收等环节的工作，优化产品、客户结构，开发新的市场增量。主要举措包括：通过优化配套客户结构，大力拓展自主乘用车和高端乘用车市场以及新能源汽车市场；在维护替换市场全面推广经销服务体系和购销一体化服务体系，实现了销售和服务的不断提升；在海外市场，根据不同国家和地区的后市场特点，针对性的开展多渠道、多品类、多形式的营销工作，实现新业务的又稳又快发展。

## **2、公司近 2 个财报期的毛利率有所增长，主要原因是什么？**

面对外部的不利因素，公司保持战略定力，深度聚焦汽车低压电池领域，差异化稳健发展，保持了良好的经营韧性。公司不断夯实汽车铅酸电池行业的领先地位，细化并完善了国内配套、维护替换以及海外三大目标市场的经营策略，多措并举，精准发力，实现了汽车铅酸电池销量的持续增长，核心产品铅酸电池的毛利率同步增长。此外，再生铅的收入占比下降，也对综合毛利率的提升产生了一定的作用。

## **3、公司的分红比例相较于去年有所提升，未来公司的分红比例会进一步提升吗？**

公司成立于 20 世纪 80 年代，40 余年来始终专注汽车电池的制造与服务。自 2011 年上市以来，已累计实现净利润约 75.16 亿元，累计分红约 21.81 亿元（2023 年度权益分配未实施）。

公司积极履行企业社会责任，主要通过现金分红的方式，回馈全体股东，为员工、客户、利益相关方、社会等创造更多的价值。

未来，公司将继续聚焦主业，稳健经营，充分发挥深耕行业多年积累的核心竞争力，以良好的经营业绩和积极的现金分红等方式回报全体股东。

## **4、公司今年在国内后市场的渠道进展如何？计划覆盖多少家终端？**

渠道终端是将公司产品和服务进行供应和转化的核心环节，同时是消费者决定购买的最后环节。在维护替换市场，公司不断加强渠道经营、品牌建设等方面的工作，通过对经销商网络进行管理与规划，进一步优化区域布局，持续提升渠道的市场响应速度和服务水平。公司累计完成了 3300 多家“优能达”

服务商及 11 万多家“优能达”终端商的建设。

在进一步扩大终端数量的同时，公司不断提升经销商和终端服务商的质量，打造多维有机销售网络，力争以更加全面、细致的产品和服务，积极回馈广大市场客户，进而为公司维护替换市场销量的稳步增长打下坚实基础。

#### **5、今年海外销售情况如何？目前的市场布局如何？**

随着国际化战略的逐步铺开，海外销售布局的快速推进，全年的销售工作正按照公司的既定任务目标有序开展。

针对海外市场的特点，公司针对性的开展了不同的销售管理工作。

配套业务方面，加强商机管理工作，积极与自主车企、海外车企开展海外商业合作，多渠道拓展配套业务。

维护替换市场方面，公司深入了解目标市场的需求、消费习惯、法律法规等，根据海外市场所在地的特点，制定差异化的销售策略和推广计划。同时，公司在海外市场设立分支机构或办事处，打造品牌形象，通过广告、营销活动等方式提高品牌知名度和美誉度；招聘当地员工，更好地服务当地市场。

此外，公司不断进行新产品的研发和迭代，更新技术，保持充分的市场竞争力，以更好地适应海外市场。

#### **6、公司的再生铅都是自用吗？铅价上涨对公司的影响大吗？**

公司建有较为完善的铅酸电池循环产业链，在全国多个铅酸电池制造基地，建有对应配套的再生铅工厂，现铅酸电池制造产能约 4000 万 kvah，废旧电池处理能力约 86 万吨，制造产能与再生产能基本匹配。

目前，公司的再生铅在保障自身供应链的稳定性和连续性的基础上，也根据市场情况，对外进行销售，这部分收入在公司的定期报告中均有列示。

公司积极践行生产者责任延伸制，履行企业社会责任，以绿色、环保、可持续发展的经营理念开展业务。再生铅业务对公司的主要意义包括：熨平因主要原材料价格波动导致的经营成本波动；更大程度的发挥后市场的渠道优势，利用后市场返程物流渠道，回收废旧电池，降低物流和业务运营成本，因此在一定程度上，降低了原材料的采购成本；在满足各大生产基地自用的前提下，对外销售。整体上，目前铅价上涨对公司的影响较小。

## 7、公司的低压锂电业务进展如何？

公司不断完善产品矩阵，积极进行产品开发及客户服务，持续开拓汽车低压锂电市场，不断提升新能源板块经营能力和供应链管理能力和。2023年，公司全年累计获得了35个低压锂电的项目定点，其中12V锂电实现了吉利、一汽解放、一汽红旗、广汽、东风、江淮、赛力斯等多个知名车企及造车新势力的多款车型定点；24V锂电方面，实现了福田戴姆勒、北汽福田、北奔重汽、长城、一汽解放、吉利等多个车企的项目定点。2023年，公司汽车低压锂电类产品销量同比增长27.87%。