

证券代码：603350

证券简称：安乃达

安乃达驱动技术（上海）股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议、网络会议） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 一对一沟通
参与机构	中信证券、Point 72、大家资产、长青藤资产、深圳尚诚资管、CLSA（中信里昂证券）、天风证券、广东正圆投资、中兵投资、华夏未来资本、首创证券、国元证券、上海彤泰私募基金、广发基金、北京乐心资产、诺安基金、中信建投、国信证券、长江证券、序列（海南）私募、上海东方证券、华能贵诚信托、PAG Investment、Dantai Capital Limited、银华基金、泰康资产、进门财经、华创家电
时间	2024年8月30日 10:00、2024年8月30日 14:00
地点	电话会议
上市公司接待人员	董事长：黄洪岳 董事、总经理：卓达 董事、董事会秘书、财务总监：李进
投资者关系活动主要内容介绍	互动交流环节 1. 受到行业政策变化，怎么看待行业情况以及对未来是一个什么预期，比如说今年下半年以及明年国内的电动两轮车行业，以及公司对应的业务增长的预期是怎么样的？ 答：国内电动两轮车行业需求还是比较稳定的，公司上半年收

入略有增长。随着新国标规范条件的落地，也会刺激 C 端新增的行业需求，同时包括共享电单车、物流配送车等一些需求的扩容，我们公司对于整个行业未来的增长持坚定乐观的态度。

2. 目前国内电踏车电机行业的情况如何？欧展也结束了，能否分享一下海外最前线的行业需求情况，同时对于今年下半年和明年这个行业的发展做一些展望。

答：目前在国内市场上，电助力自行车销量较少，没有形成一个有规模的市场。根据相关的公示信息，电助力自行车通用技术规范的标准制定立项已经开始征求意见，一旦标准落地对国内电踏车的需求会是一个利好消息，安乃达将会参与该项国家标准的起草工作。

海外的电助力自行车主要包括三大市场，欧洲市场、北美市场和日本市场。欧洲市场 2022 年电助力自行车的渗透率是 27% 左右，2023 年提升到了 30% 左右。欧盟议会去年通过了一项自行车宣言，鼓励各个成员国进行促进自行车发展的基础设施投入，包括配套的道路、停车场、充电设施等，所以对于欧洲市场未来中长期的前景公司是坚定看好的。北美市场目前的销量和渗透率还处于一个比较低的水平，我们认为北美市场的增长潜力非常大，公司也是对北美市场做了布局，一部分客户已经在各个销售渠道出样，可以预期北美是一个业绩增长的潜力市场。日本市场方面，公司通过两年左右的努力将一些车型的开发工作基本完成，可以预期我们在日本市场也会是一个逐步发展的趋势。

3. 公司及同行业竞争对手的中置电机的毛利率相对较高，后续行业是否会有价格战？另外是否可以分享一下关于核心团队的培养计划？

答：随着市场竞争越来越激烈，会有降低毛利率的可能。从公司发展历程看，安乃达具备较强的供应链管理能力和运营管理能力，公司在成本控制上具备较强的竞争力。具备中置电机量产能力的厂家目前较少、技术门槛较高，因此竞争比较良性。团队方面，公司非常重视研发团队的能力建设，将学习国内外优秀企业在研发管理方面的先进经验，我们也会从其他先进行业引入一些优秀的人

才；针对外销产品，公司很关注销售和客服团队的本土化，在欧洲、北美和日本前期布局的基础上，会不断有本土化的海外员工加入公司团队，这些团队建设未来对安乃达的成长会有很大的助力。

4. 请分享一下海外业务对政治变动、关税政策变动的应变能力和展望。

答：整个行业都很关注这个问题，公司进入海外市场时已经有准备和考虑。公司2021年布局匈牙利，目前承担售后服务中心的工作，这些本土员工也是欧洲未来本土制造的骨干团队；今年上半年越南工厂已经完成了筹建与试生产，下半年将进入量产。根据关税政策的变动，公司将通过对本土化运营、海外制造进行整体的布局优化，实现可持续稳健发展。

5. 后续中置电机的产品规划是什么，有没有更大功率、大扭矩的产品？有没有大批量的订单？

答：中置电机新产品规划，欧美日都有各自的标准、法规，公司会按照不同的市场开发对应的产品。北美市场有大功率电机需求，公司有相应的产品已经通过展会等渠道进行推广；日本市场有较为严苛的标准，公司已经根据日本法规在日本推出适合的中置电机、轮毂电机系统；欧洲是公司电助力自行车产品主要的市场，目前开发方向一是小型化、轻量化，另一个方向是智能化、网联化；软件将会是公司研发投入比较大的方向，通过软件能力建设，打造产品独特的竞争力。关于大批量订单，现在行业里客户下单时间普遍比较保守，不同于前几年大批量、远期的下单方式，目前公司的订单持续、稳定。

6. 能否介绍一下中置电机的产能、产能利用率？以及是否有其他产品开发方向？

答：随着电助力自行车业务的开展，公司始终把电机与电控作为核心产品，同时也具备仪表、力矩传感器的开发和生产能力；关于其他产品开发方向，公司战略上明确不会进入电池领域。

公司愿景是“成为全球领先的两轮车电驱动解决方案专家”，从“解决方案专家”这一愿景角度，我们将打造开放的合作生态，

跟行业伙伴一起在电池、电子变速器、ABS、IOT 等产品方面进行战略合作，在解决方案的高度上来满足客户的需求。中置电机产能利用率方面，公司上半年实现销量同比增长，目前的产能利用已经接近满负荷。

7.请分析一下上半年的毛利率，包括同比的增幅或降幅。

答：毛利率情况看，我们上半年总销售收入是 7.49 亿,综合的毛利率 20.42%。拆分到各个产品,直驱轮毂电机实现 5.2 亿的销售收入，毛利率 8.24%，保持稳定。中置电机上半年的销量跟去年同期相比增长了 26%，销售收入 1.35 亿，毛利率 55.27%同比略有增长。减速轮毂电机，我们的毛利率 30.21%，跟去年基本持平。

8. 国内的电机情况，公司的毛利率包括净利率是远高于同行的，请问一下直驱电机产品的竞争力，包括成本优势在哪些方面？

答：公司从成立之初就做直驱轮毂电机，对直驱轮毂电机的成本把控、生产技术、供应链管理、质量管控能力在国内同行中是非常有竞争力的，行业地位也是逐年在提高。公司每年在技术、研发、生产工艺方面都有比较明显的提升，在市场上保持着比较好的竞争优势。

9. 在市场占有率上有没有提升及未来规划。

答：市场占有率方面，公司制定的战略是在未来三到五年稳步提高。

10. 下游客户都在做高端产品，升级迭代，公司电机方面有没有升级迭代的空间，包括高端车型跟低端车型会有所不同吗？

答：近年来市场出现了智能化、高端化的需求，公司每年在研发上不断投入，利用新技术、新工艺、新材料来提高电机性能，推陈出新满足客户的迭代需求。

11. 直驱轮毂电机有没有出海的规划？

答：直驱轮毂电机的出海已经启动，包括在越南设立生产基地，通过跟客户的合作已经有部分订单出口到东南亚等地。

12. ebike 行业目前在下游的去库存的情况下，公司如何实现

上半年销量增长的，可不可以请领导展开给我们讲解一下？

答：2022 年开始进入到去库存这个状态以后，公司也感受到下游客户需求的低迷。公司采取了开拓新兴市场和开发新客户的进攻策略，取得了销量增长的成绩。

13. 竞争方面，像国内的其他竞争对手，公司会以什么样的方式去竞争？

答：公司的愿景是成为全球领先的两轮车电驱动解决方案专家，虽然在行业内的一些竞争是不可回避的，但公司的战略是通过国产替代更多获得德国和日本供应商的份额，而不是在国内友商之间内卷竞争。

14. ebike 的电机，公司都是以自有品牌的形式去做吗？有没有其他像代工、ODM 的形式？

答：两种情况都有，有的客户采用 co-branding 方式，两个品牌共同呈现。公司在中置电机、仪表上会更多的体现自有品牌。

15. 作为一个中国品牌在欧美比较难塑造自己的品牌，除了通过社媒有没有其他方式打造在海外市场的品牌力？

答：公司前期定位针对 B 端为主，主要通过专业的行业展会呈现和宣传公司的品牌。除了目前线上社媒和线下展会的推广活动，公司未来规划参与一些自行车赛事活动、组织本地化的骑行体验活动等，不断提升品牌影响力。

16. 在售后方面公司会去做一些布局吗？

答：售后服务方面，是近两年公司重点投入的工作。海外成熟市场对服务的关注度高，公司已经在荷兰、匈牙利建立了 2 个全资子公司作为自建的服务中心。公司也通过和第三方合作，在法国、意大利、美国等地建立服务站。同时，公司建立了线上的服务平台 Ananda Link，客户可以通过对产品进行在线诊断、提出服务要求，为客户提供更高效的售后服务。

17. 在产品品类方面，除了 ebike 电机、直驱电机这些品类之外，会不会拓展一些其他的品类？

答：公司目前已经推进的新品类有电动摩托车用的电摩电机，

	<p>从去年意大利米兰展开始到今年的印尼展会和即将举行的重庆摩博会，公司积极布局电摩行业，将会成为公司新的业务增长领域。此外，还有适用于无人清扫机器人、割草机和电动轮椅等电机的开发和生产。</p>
日期	2024年8月30日