

江苏新日电动车股份有限公司

投资者关系活动记录表

证券简称：新日股份

证券代码：603787

编号：2023-001

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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动	<input type="checkbox"/> 现场参观	<input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>网络会议</u>
参与单位名称及人员姓名	鹏华基金 杜亮		Pinpoint 柳文渊	
	东方阿尔法 翁亶、潘令梓		Ray's Capital 张蕴荷	
	东方基金 严凯		中信建投资管 许宏图	
	民生证券 席子屹		中信证券 程骥腾	
	国寿资产 郭琳、赵文龙		建信信托 张宇滨	
	东方基金 薛潇		勤辰资产 赵乃凡	
	广发基金 徐明德、曹越		天安人寿 李勇钢	
	嘉实基金 刘帅		上海人寿 桂治元	
	国泰基金 施钰		CITICPE David	
	睿远基金 艾菁、刘都		绍兴精富资产 蒋京甫	
	新华基金 李浪		南方天辰 吴言一	
	长江养老 徐伟、徐伟		信泰保险 云昀	
	中英人寿 黄翊鸣		乾惕投资 陈恩婷	
	兴银理财 胡轶韬		深圳勤道资本 王宇之	
	正心谷 周秀峰		旌安投资 韩慧某	
	兴全基金 薛怡然、吴钊华、谢书英		天治基金 王娟	
	华夏财富 刘春胜		海通证券 周昀欣	
	英大基金 张晨		同合资本 余甜甜	
	鹏扬基金 黄旭		西南证券 夏全	
	润晖投资 李勇		创钰投资 吴泓池	
	中山自营 刘文婷		韶夏投资 柴喆	
	天风证券 王月、孙潇雅、薛舟		南方天辰 杨楠森	
	泰康资产 巫丽敏		珠海尚汇创业投资 陈蓉泉	
	纯达基金 瞿会平		山东国惠 李岩	
	Point 72 Christina		华西银峰 龚进军	
	SVI 基金 MichaelShen		中道投资 吴宏伟	
	复华信投 黄渝惠		江苏瑞华 王雨喆	

	鹏扬基金 黄旭 光证资管 李公民 天弘基金 盛贤 太平洋证券 陈天蛟、冰洁	轻盐创投 刘靖 颐和银丰 汤昌付 国泰租赁 曾晨、叶瀚卿 等共计 82 人
时间	2023 年 2 月 21 日 15:00-16:00 2023 年 2 月 22 日 15:00-16:00	
地点	公司会议室	
公司接待人员姓名	王晨阳（董秘）、季澄（证券事务代表）	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、行业、公司近期情况介绍</p> <p>开年以来一个月的时间，从目前订单来看，情况较乐观。股权激励计划定下的今年度业绩考核目标为收入 70 亿元，净利润 2.6 亿元，如果把这个目标分解到除春节外的 11 个月来看，平均每月的销量要求和往年的旺季水平持平。目前来看，接单量较乐观，发货量上，从前后台生产组织供应端有所欠缺，今年起我们做了人员架构调整完善，相信效果会一步步显现。</p> <p>二、问答</p> <p>1、今年销量上 B 端和 C 端形势如何？</p> <p>答：B 端直销量相对于 2022 年预计会有上涨，共享电单车三年更换周期来临，我们与几个主要客户的合作粘性较高，另外在海外市场今年预计可以有所拓展。具体销量业绩无法准确预计。</p> <p>2、海外盈利能力如何？需求持续性如何？</p> <p>答：定制产品单价较高，盈利能力预计能够优于国内，随着传统燃油两轮车的电动化，海外市场需求会逐步扩大。</p> <p>3、C 端今年行业总量，增速如何？预计今年增速 30%在行业中处于什么水平？</p> <p>答：行业内主要是切蛋糕此消彼长的关系。行业内水平接近的几个企业预计今年会有地区性战术上的博弈。</p> <p>4、今年价格如何？</p> <p>答：全局价格线来源于毛利水平，预计比 2022 年考核要求高，在某些地区的特</p>	

殊车型上会有一些侧重。

5、2024 年的增速会有下滑吗？

答：预计不会。市场总量还在。新国标在明年还会有释放，政策的执行反应到市场行为上会有滞后性。

6、2024 年的目标？

答：我们希望能够把净利率提升到 5%左右，但不构成业绩承诺和盈利预测。

7、单车净利往上的降本措施有哪些？

答：供应环节上，采购规模的上升会带来利润率的提升，另外是爆款的概念，一款车型如果可以做到爆单量对毛利的贡献也会是可观的。

8、今年的车型中锂电产品有多少？

答：三年前我们开始主推锂电。今年预计会有一些调整，一是钠电池的产业化进程，二是市场端上，新国标换购在江苏、浙江目前来看对锂电并不友好，一些标准对锂电有所制约，另外直销上看锂电又是个支撑。

9、我们对钠电的发展战略是怎样的？

答：在对推动钠电池的产业化上，在技术跟踪、检测等方面我们走在前列。

10、国内 B 端的单车毛利最低，销量如何？

答：B 端产品对后台生产组织较为友好，可以看成是一款爆品。

11、门店扩张计划？

答：2021 年开始我们拿净利润去建渠道，目前来看效果已经显现。国内至 2024 年底目标是建满 3 万个门店。

12、远期的市占率目标？

答：国内市场按照目前计划执行首要目标是能够跨入行业前三，2025 年后需要寻求其他机会，预计国内市场增速不会很大，目前行业内在国外跑马圈地，也许寻求一个更大的空间。

13、远期价格可以提升到什么水平？

答：3-5年后行业竞争格局稳定下来后，价格会上涨。电动自行车产品在国内整体价格应该上升，十年前的价格和目前差距不大，但是产品品质却提升了很多，有所上涨也是合理的。

14、钠电池成本和铅酸比怎么样？

答：比铅酸高，产业化第一波同等规格要高三分之一。实际使用寿命比铅酸、锂电要强很多。电动两轮车锂电池要求做到1500个循环后，电量不低于初始的70%，钠电池的实验室数据可以做到3000循环以上。

15、产能扩建？

答：目前公司主要发力点一个是建渠道做大销售，一个是建生产基地扩产能。两年前无锡建了二期工程，去年开始已经启用。湖北襄阳没有增加产能。天津目前的70万产能基地一直在超负荷运作，预计今年旺季之前新工厂可以运作，预计能够增加年100万产能，大南方地区云南、贵州、广东、广西原本规模较小，惠州在旺季之前将增加50万产能。温州基地主要面向海外市场，主要生产外贸电动摩托车，50万产能。

16、2022年新国标政策落地拉动电动车换购需求，该需求结束后公司如何维持产品的驱动力？

答：分三个角度：一是新国标政策带来持续的换购需求：该政策要求24年5月前完成执行，公司预计影响将持续到24年底，国内市场仍保持6000万需求水平；二是拓展海外市场的增量需求；三是B端客户需求：2025年后，除去日常的更新换代，增量市场主要来源于B端客户，目前外卖使用的电动车以零散采购为主，未来头部公司将会分割此项业务。公司现阶段产品仍以近距离出行功能为主。

17、公司海外业务是否会建厂？

答：因地制宜，各国有不同的情况，有的会设海外仓，有的会在当地建设工厂，公司在不断开设海外分支机构（欧洲和东南亚，东南亚对于锂电的电摩托车有补贴政策，且当地群众对于价格的接受度也远高于国内）。如果和当地公司合作，产品很快可以落地进入市场；如果自建工厂，需要1-2年的准备期。

18、公司与头部公司净利率存在一定差异的原因？

答：主要是规模差异导致的，规模越大，净利率上升水平越快，随着公司销量上升，净利率预计也会同步提高。

19、公司的经销策略？

答：公司和其他大型电动车企业均采用经销商制销售，且销售网络扁平化，经销体系仅分为2级，一级经销商到县，二级经销商到乡镇。排除极端气候和环境的地区，各个电动车公司的一级经销商数量都在1700-1900家左右，差距在于二级经销商的数量，雅迪的二级门店能达到4万个，爱玛能达到3万，公司目前二级经销商有1万5千个左右，预计未来两年持续扩增到3万个，与爱玛持平。

20、行业产品差异化？

答：各品牌电动车产品从用料、设计、质量方面，对于消费者来说差异化不是很大。

21、公司电动车电池的种类？

答：公司一直专注于研发锂电电池的产品，牢牢把握锂电赛道机会，虽然目前产品仍以铅酸电池为主，但预计未来两年锂电产品占比会逐步提高。2022年锂电产品销量下降主要由于成本端原材料价格过高和通信协议标准升级所致。

22、公司高端产品的销售情况？

答：公司目前高端产品的收入贡献较小，与9号公司和小牛的产品定位不同，未来公司也考虑开设单独的高端品牌，同时以高端电动车为主的也会进行产品下沉，但尚存一定的阻力。

23、行业集中度？

答：行业前五大公司销售额可以占整体市场的2/3，未来行业集中度会逐步提高。

24、行业竞争价格压力？

答：近五年行业竞争激励，存在价格战，但公司毛利率还是稳中有升，主要是三个原因：一是规模效应带来的原材料成本降低；二是精简SKU，提高主销单品出货量；三是提高核心零部件自产比例，公司自主喷涂比例已达到60%，自产车架

	<p>也接近 60%，今年计划将自产电机也提高至 50%。</p> <p>25、共享电瓶车的换新能否带来增量？</p> <p>答：周期性 B 端存量的换新今年会进一步刺激销量（3 年一个周期）。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2023 年 2 月 22 日