

证券代码：603529

证券简称：爱玛科技

债券代码：113666

证券简称：爱玛转债

爱玛科技集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-001

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议	<input checked="" 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"/> 其他
会议情况		
2月5日-3月19日	<p>1. 会议主题：2024年前三季度情况及行业政策交流</p> <p>2. 会议方式：电话会议、现场会议、分析师会议</p> <p>3. 场次：参加中信证券、中信建投证券、长江证券、国联民生证券、国泰海通证券等线下分析师会议23场，线下核心股东一对一交流50场，共计73场次</p> <p>4. 参与单位名称 景顺长城、东方红、富国基金、易方达基金、汇添富基金、博时基金、兴全基金、华泰保险、南方基金、中信建投基金、民生加银基金、长城基金、泰康人寿、广发基金、财通资管、中国人保、银华基金、国投瑞银、农银汇理、建信基金、西部利得、融通基金、华安基金、前海开源基金、华泰柏瑞、摩根基金、东方基金、长安基金、信达澳亚、Point72、摩根士丹利、淡水泉等，共计270余家机构。</p>	
公司接待人员	董事、副总经理、董事会秘书：王春彦 证券事务代表：李新、马群博 ESG总监：田健	
注：参会名单无先后顺序，由于机构较多，未全部展现。		
互动问答		
<p>问题一、电动自行车产品作为公司的主营业务，在国家“以旧换新”政策下是否进一步激发了消费者换购电动自行车的需求？</p> <p>答：2024年政策实施初期，国家发展改革委、财政部印发的《关于加力支持大规模</p>		

设备更新和消费品以旧换新的若干措施》将电动自行车首次纳入国家补贴体系，通过中央与地方财政联动，建立政府补贴机制，构建起覆盖全国的电动自行车置换补贴网络，当年即实现超百万辆电动自行车淘汰置换。2025年，政策红利进一步释放：一方面，《提振消费专项行动方案》明确对安全合规车型的定向补贴；另一方面，多地进一步提升优惠力度（如浙江、江苏等地补贴额度提升），降低消费者换新成本。

伴随着政策的持续推进，电动自行车品类消费市场潜力不断释放，助力消费者实现绿色消费、产品升级，推动行业向绿色化、智能化转型，同时也进一步助力企业实现高质量发展。

问题二、目前电动自行车发布了新的国家标准，本次标准的制定和执行对企业来讲有什么变化和意义？

答：2024年12月正式发布的《电动自行车安全技术规范》通过强化防火阻燃性能、推行轻量化车身设计、集成北斗高精度定位、建立三电系统互认标准、严格产品一致性管控，全面重构了研发制造、市场流通及终端使用的全产业链标准，加速行业向安全、智能、集约高效方向转型。

对于企业而言，新规实施将驱动行业双重变革：一方面，技术准入标准提升形成的市场壁垒，将促使缺乏研发能力和认证资质的中小企业加速出清，市场集中度将向具备新国标合规能力的规模企业倾斜；另一方面，强制搭载智能终端及全流程数字化管控要求，将推动产品全面迈入智能化新纪元。在万物互联趋势下，深度数智化不仅将催生消费升级需求，更将重构产品研发周期与服务体系，形成“技术创新-需求激活”的双向促进机制。

在此行业变局中，公司依托三大核心优势抢占市场先机：其一，规模化的智能制造体系具备快速切换新国标产品的生产能力；其二，企业数字化管理系统可满足产品一致性追溯要求；其三，前瞻布局的智能中控平台及车联网解决方案。通过技术储备与产业协同的深度联动，公司将在标准切换窗口期积极推进市场份额的持续提升，进一步巩固行业领军地位。

问题三、公司电动三轮车业务推进情况和展望？

答：公司的电三轮品类分为休闲三轮、货运三轮、篷车三轮，从动销情况看，休闲

三轮增幅最快，因其外观时尚、车型多元，在功能配置上能满足消费者休闲出行、接送孩子等多场景的出行需求；货运三轮在耐用的基础上动力更强、载货功能更大，是乡镇较为刚需的品类。

随着城市化进程的加快和人们多样化的中短途出行需求，电动三轮车应用场景已非常广泛。公司依托自主研发的休闲三轮产品精准契合城市家庭短途代步、育儿接送等精细化需求，实现销量高速增长；于此同时在2025年公司加速丰县电动三轮车生产基地投建，进一步提升公司电动三轮车产品产能，进一步推动“休闲+货运+篷车”全场景产品矩阵，并持续推进现有渠道的产品覆盖，满足加速增长的消费需求。

问题四：公司判断在2025年渠道方面有哪些竞争优势和变化？

答：2025年，公司以“数量为本，质量为纲”的渠道经营理念，紧抓新国标实施机遇，在线下渠道建设方面进行了专项资金投入，针对区域特征定制门店选品、陈列及服务方案，加速高潜力市场布局，结合公司新品上市节奏，对门店从产品选择、陈列到导购服务等各维度进行赋能；线上渠道方面，公司积极推进新零售策略，通过抖音、快手、小红书等平台进行多元化推广，运用创意内容和精准投放广泛吸引用户参与，实现线上流量到销售的有效转化；同时，通过数智化培训系统持续赋能经销商、实现AIGC批量产视频技术在渠道端的应用，提升常态化线上运营的门店比例，打造渠道的线上引流矩阵。

问题五、公司在国际布局方面有什么计划？

答：在海外市场拓展方面，公司根据海外市场特征和消费习惯实施因地制宜的渠道拓展计划。并参展美国CES（美国国际消费类电子产品展览会），参展的作品包括以北美为目标市场而定制设计的E-bike等国际畅销车型，彰显爱玛科技践行品牌出海的产品本地化策略，提升爱玛在海外的市场曝光度，对招募海外合作商起到积极作用；此外公司也积极布局东南亚市场，重点推进在东南亚市场的本地化产能部署以及代理商拓展和售后服务本地化落地工作。

问题六、公司产品如何实现ASP稳步提升？

答：公司秉持用户需求驱动的产品创新战略，以IPD（集成产品开发）模式为核心构建高效协同体系。通过战略单品及产品线双轨制项目管理，实现企划、研发、供应链

到营销的全价值链闭环运作。

基于“科技，时尚”的品牌主张，通过模块化平台开发实现技术杠杆效应，以场景化创新持续创造用户溢价。这种价值传导机制既保障了产品溢价能力，又通过产品矩阵的梯度化布局推动ASP结构性提升，最终形成“创新投入-价值变现-反哺研发”的良性增长飞轮。

问题七、公司如何拓展高端电动两轮车领域？

答：公司以创新基因驱动产业升级，聚焦新能源动力系统与智能科技两大战略方向，在电机、电池、电控等核心领域展开技术攻关。通过优化三电系统参数、自研控制器算法等技术手段，持续推进动力系统的效率升级，推动公司产品在续航、操控性、骑行安全等方面的性能提升。

在智能化方面，公司构建的爱玛一体化智能生态系统涵盖移动端APP、云平台、智能中控、智能头盔等，配置轻、中、高智能平台，为用户提供便捷和科技感十足的骑行体验。基于技术优势，公司实施品牌向上战略，通过模块化平台实现产品谱系的精准延展——瞄准高端市场需求，积极培育子品牌矩阵，通过精准的产品定位与差异化策略，深度覆盖细分客群的个性化需求，以技术巩固市场竞争力。

记录人

马群博