

证券代码：000913

证券简称：钱江摩托

## 2021 年度网上业绩说明会投资者关系活动记录表

编号：2022-004

<b>投资者关系活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>电话会议</u>
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	华西证券：崔琰、王旭冉；爱建证券：章孝林；天风证券：张钰莹；中信证券：李子俊、孙晨晔；保银投资：柳文渊；博时基金：付伟、陈曦、李重阳；财通基金：金立；大成基金：黄海昕、黄涛；大家资管：张欣露；德邦资管：孔祥国；敦和资管：盖婷婷、陈良源；复胜资产：周菁；富国基金：闫伟、袁兵兵、周盈南、彭陈晨；国泰基金：陈逸鲲；果实投资：李敏；杭银理财：谭瑶、陈立；灏霖投资：魏海芹、万雪飞；合远基金：田昊鹏、刘颜；和桂投资：钮文翀；鹤禧投资：耿荣晨；恒越基金：汪坤荣；华安基金：王旭冉、王斌、文康、崔莹；华能贵诚：戴小西、郭宝运；华泰保兴基金：刘腾飞；汇添富基金：杨璿、郑慧莲、陈威、卞正；惠通基金：安小涛；交银施罗德基金：高逸云、余李平、郭斐；金建投资：张培祥；景顺长城基金：王开展、郭琳；翎展投资：吴雁宇；弥远投资：杨渝；南方基金：郑诗韵；诺安基金：韩冬燕；鹏华基金：刘偲圣、柳黎；平安基金：王修宝；平安养老：唐宋媛；钦沐资产：张龙、张瑞；勤辰资产：崔莹；青骊投资：袁翔；泉汐投资：钱鑫；人保资产：奚晨弗人、刘笑翡；尚近投资：赵俊、慎知资产：刘静远；太平基金：徐琳、肖婵；同犇投资：李盛隆、刘慧萍；彤源投资：薛凌云；彤源投资：左艾

眉、陆凤鸣；五地投资：邹铭睿；西部利得基金：温震宇；汐泰投资：冯佳安；相聚资本：白昊龙；信达澳亚基金：刘维华、刘国丰；兴证全球基金：李君、薛怡然；阳光资管：闫鑫；银河国际：刘颖、张伯伦；银河基金：施文琪、冯敏；盈创投资：陈志强；盈峰资本：柯白玮；永赢基金：张海啸、晏青；运舟资本：吕一闻；长城基金：陈良栋、余欢；长铭基金：彭凌；招商基金：李毅；兆天投资：李旭东；喆颢资产：褚超；浙商基金：陈霸鑫；中大君悦基金：吴彬彬；中加基金：李宁宁；中融基金：甘传琦、范鹏程、裔汶锦；中银资管：刘航、李娜；准锦投资：程乙峰、朱斌；富国基金：曾新杰；东方红：李澄清；财通资管：林伟、吴志豪、周奕涛；合众资产：庞兴华；东海基金：张元涛；弥加投资：黄俊；观富资产：巫丽敏；鹏举投资：唐霄鹏；天虫资本：孟兆磊；灏浚投资：柯海平；东吴基金：谭菁；Hel Ved Capital：陆亚兵；安信基金：陈嵩昆、曾博文；中金资管：王高远、李廌；博道基金：吴子卓；望正资产：马力；惠通基金：安小涛；国泰君安自营：张思韡、吴炳蔚；普仕莱：方舒；海富通基金：龙海敏；嘉实基金：王明明；真科基金：罗志弘；易方达基金：洪澳、林钰晨；泰康资产：黄成扬；弘毅远方基金：樊可；太平资产：赵洋；星石投资：郝嘉欢、曹恩祥；天治基金：冯超；金元顺安基金：王思远；大摩华鑫基金：何茜；华宝基金：孙鸾、张金涛、吴心怡；上投摩根基金：叶敏；汇安基金：沈锦婷；群益投信：洪玉婷；Vontobel Asset Management AG：Louise Li；Helved Capital：Jocelyn；招银理财：莫威格；兴银理财：邴莉；建信信托：常馨月、鲍为；源乘投资：潇潇；沅沛投资：孙思维；丹羿投资：张昭丞；泰仁资本：章诗琪；易同投资：吴思农；致顺投资：章健；鹏万投资：梁悦芹；国信证券自营：曹嘉诚；明世伙伴：朱瑶琪；蓝墨投资：吴洁；健顺投资：何荣珩

时间	2022年9月6日
地点	公司证券部（电话会议）
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：王海斌、证券事务代表：颜康
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司就投资者在本次交流中提出的问题进行了回复：</p> <p>1、公司上半年业绩情况如何，大排量销售情况如何，内外销销售情况如何？</p> <p>上半年公司实现销售收入 25.83 亿元，同比增长 21.20%，实现归属于上市公司股东的净利润 2.00 亿元，同比增长 16.95%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 1.94 亿元，同比增长 63.60%。公司累计实现摩托车销售约 18.32 万辆，同比下滑约 5.88%，其中销售大排量摩托约 8.2 万辆，同比增长约 68.36%。国内市场累计销售约 9.52 万辆，同比增长约 9.16%；累计出口约 8.80 万辆，同比下降约 18.08%。</p> <p>2、公司的闪 300 和赛 600 为何会成为爆款？如何持续打造爆款？</p> <p>一方面公司判断国人偏爱巡航车型和仿赛车型，因而前期已经在该类车型平台做了大量研发沉淀，产品参数、性能较好，公司根据消费者反馈，积极快速调整产品，使产品质量更加稳定、外形更加酷炫、骑乘驾驶感觉更符合用户期望；另一方面应用新媒体进行推广，让用户了解产品，体验产品的优秀性，从而促成用户选择。持续的爆款打造是公司的期望，但是是一个复杂的命题，公司有较为完善的产品矩阵，能够持续提供符合用户需求的产品，未来将更加关注用户联接，敏捷响应，并加强售后服务和客户关怀，给用户超出期望的产品和使用体验，才有可能持续引爆。</p> <p>3、公司对于 Benelli 和 Qjmotor 两个品牌如何分割？</p> <p>Benelli 和 Qjmotor 品牌具备不同的品牌基因，随着品牌推广及新车型的推出，未来品牌调性、产品特性均会有明显差别。从客户群体上，QJMOTOR 更加针对国潮玩家，新手及具有一定骑乘经验的年轻人都有</p>

可玩产品可以选择，Benelli 则针对更成熟、更加高端的玩家，逐渐回归国际高端序列。

#### 4、公司 QJMOTOR 产品外销情况怎么样？

公司 QJMOTOR 产品正在海外建立渠道中，目前已经和东南亚及欧洲客户接触，未来也会参加一些必要展览，进行产品推广。

#### 5、公司如何看待电动摩托车的发展？

电动化是公司非常关注的方向，未来燃油摩托的电动化替代是比较确定的趋势，在运动、娱乐车型上，在部分国家或区域也会使这样的发展。公司做了充分的技术储备，以应对未来娱乐摩托车电动化的挑战。公司已经推出首款娱乐电动摩托 OAO，在动漫展上受到了好评，未来公司会持续推出玩乐属性的电动化产品，同时也会布局具备公司品牌个性的通勤出行产品。

#### 6、公司所谓的 e 网是怎样的型式？

e 网是公司拟通过招商开辟的线下第二渠道，以布局高端踏板产品以重新切入常规车市场，并适当搭配电摩产品，提升渠道盈利能力。公司新开发的 150、350 踏板均可能列装该类渠道。e 网首期建设目标是完成 200 家专卖店布设。

#### 7、公司 BENELLI 品牌如何定位？

我们的目标是使 BENELLI 品牌重归国际高端，为此需要有较强竞争力的产品支持，今年会推出 TNT899 等一系列产品，并进行品牌宣传、渠道梳理、用户服务等，提升 BENELLI 的品牌影响。

#### 8、公司新品如何应用短视频等新媒体推广？

公司新品借助抖音、小红书等新媒体的传播力量以及 kol、koc 以及真实用户的影响力，让许多喜爱国潮、运动、休闲、个性、爱秀的年轻群体了解我们的产品、体验我们的产品，同时公司创新性地将媒体宣传反馈数据与公司热门车型供应结合在一起，使经销商的团体协同作战能力充分体现，促进了品牌和产品的曝光度。

#### 9、公司目前供应链是否存在压力？

	<p>目前供应链仍有供应紧张的状况，但前期我们已经做了相关规划和准备，后续会有改善。产能受供应能力影响的因素将会降低。</p> <p>10、公司目前非主营业务情况如何？</p> <p>公司目标是聚焦摩托车主业，对于非主营业务，一直在持续地缩减。未来开展的业务，也将继续聚焦在运动、娱乐型的出行工具，并利用高端车辆上积聚的能力，拓展常规通勤出行领域。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022年9月6日