

证券代码：300978

证券简称：东箭科技

广东东箭汽车科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-001

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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></p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>天风证券、广发证券、民生证券、东吴证券、国联证券、长江证券、国信证券、国投证券、华泰证券、申万证券、开源证券、华安证券、华创证券、长城证券、西部证券、中泰证券、方正证券、中银基金、中信建投有限责任公司自营、招商基金管理有限公司、长信基金管理有限责任公司、长安基金管理有限公司、永赢基金、循环投资、玄元投资、序列(海南)私募基金管理有限公司、鑫元基金管理有限公司、西部研发、西部利得基金管理有限公司、万和证券股份有限公司、太平资产管理有限公司、世纪证券有限公司、深圳望正资产管理有限公司、深圳市杉树资产管理有限公司、上银基金、上海途灵资产管理有限公司、上海混沌投资（集团）有限公司、上海光大证券资产管理有限公司、上海崇山投资有限公司、青骊投资管理（上海）有限公司、鹏扬基金管理有限公司、明世伙伴私募基金管理(珠海)有限公司、景顺长城基金管理有限公司、华福证券有限责任公司（资管）、泓德基金、红筹投资、海南鸿盛私募基金管理有限公司、国融自营、广东正圆私募基金管理有限公司、富国基金管理有限公司、富安达基金管理有限公司、福建豪山资产管理有限公司、佛山市东盈投资管理有限公司、东兴基金管理有限公司、德邦基金管理有限公司、淡水泉（北京）投资管理有限公司、淳厚基金管理有限公司、诚旻投资、博时基金管理有限公司、博道基金管理有限公司、Wellington Management</p>

	Company 等共计 74 人（以上排名不分先后）。
时间	2024 年 4 月 24 日（周三）下午 14:00-15:00
地点	电话会议
上市公司	副总经理、董事会秘书：顾玲
接待人员姓名	证券事务代表：王曼婷
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>一、公司 2023 年年报、2024 年一季报情况简介</p> <p>2023 年，公司营业收入达到 20.45 亿元，较上年同期增长 15.7%，其中，国内市场实现营业收入 11.67 亿元，同比增长 24.77%，海外市场实现营业收入 8.78 亿元，同比增长 5.49%；实现归属于上市公司股东的净利润 1.41 亿元，较上年同期增长 64.52%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 1.39 亿元，较上年同期增长 21.07%，基本每股收益为 0.33 元，较上年同期增长 65%。</p> <p>2024 年一季度，公司实现营业收入 5.13 亿元，较上年同期增长 26.55%；实现归属于上市公司股东的净利润 4,074.74 万元，较上年同期增长 16.37%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 3,976.96 万元，较上年同期增长 36.50%；每股收益 0.0964 元，较上年同期增长 16.43%。</p> <p>从 2023 年报和 2024 年一季报结合近年来公司的实际业绩情况，公司经营呈现出以下主要变化：</p> <p>1、国内外业务收入占比结构调整：近年来，公司在国内市场的业务收入逐步提升，截至今年一季度，国内市场的业务收入占比已达到公司整体收入比重的 60%，超过海外市场业务收入规模。</p> <p>2、客户结构调整：伴随着公司在国内市场的收入规模提升，公司前五大客户收入集中度提升，其中内销客户的占比提升较为</p>

明显。

3、财务稳健，现金流充足：截至今年一季度末，公司货币资金总额 6.94 亿元，经营现金流稳健。

4、高度重视股东回报，持续开展现金分红：公司自 2021 年 4 月上市以来，上市三年，已连续三个年度开展现金分红（2023 年度现金分红方案尚需公司股东大会决议通过后实施），2020 年度、2021 年度、2022 年已实施的现金分红金额合计 3.17 亿元，加上今年拟实施的 2023 年度现金分红方案，累计现金分红金额将达到 4.02 亿元。

二、互动交流

公司目前的主要客户有哪些？

答：公司目前前五大客户中，其中前三为国内客户，第四跟第五为国际客户。从 2023 年的销售情况表现来看，公司前五大客户的集中度增加，前五大客户的销售金额占比提升约 6 个百分点，公司资源聚焦大客户战略得到体现。其次，从客户结构来看，公司前五大客户中，前三名均为国内客户，公司在国内业务资源向优质客户聚焦的成果显著。

公司内销与外销业务的营收占比逐步调整，公司将如何权衡国内外市场的业务与发展策略？

答：（1）国际市场：2024 年，公司海外业务将聚焦北美核心区域、核心渠道业务拓展，推动线上线下多渠道市场发力。在产品方面，将聚焦核心战略品类，持续推进电子智能等品类海外专利技术突破与市场拓展。（2）国内改装市场：公司将深入探索传统业务渠道的新运作模式，聚焦头部客户，转型、试点新模式，继续着重对国内外新能源车、硬派越野等流行车型在改装品类与改装渠道的机会探索。

	通过把国内电子智能等品类“带出去”与国外越野改装新趋势“引进来”相结合，业务板块之间相互促进相互发展，助力公司业绩增长。
附件清单(如有)	无
日期	2024年4月24日