证券代码：601311 证券简称：骆驼股份

**骆驼集团股份有限公司**

**投资者调研沟通活动纪要（2023年6-7月）**

|  |  |
| --- | --- |
| **活动类型** | ☑特定对象调研 ☑分析师/投资者会议□ 媒体采访 □ 业绩说明会□ 新闻发布会 ☑ 路演活动☑ 现场参观 □其他  |
| **主要参与单位名称** | 2023年6-7月：国信证券、中金公司、国泰君安、海通证券、中邮证券、中泰证券、开源证券、鹏华基金、易方达、招商基金、上汽金控、东方基金、国寿安保、中华保险等 |
| **地点** | 公司会议室、策略会会场等 |
| **公司主要接待人员** | 董事会秘书等 |

**主要交流问题：**

**1、2023年，中国汽车市场复苏回暖，汽车产销量实现增长，这是否带动了公司的业务量？ 新能源汽车渗透率的不断提升，对公司的出货量是否造成影响？**

汽车市场复苏回暖，有利于公司配套市场销量的增长。目前公司的客户群覆盖了全球主流传统车企和新能源车企。

无论市场结构如何变化，公司的低压电池业务都会稳步发展。原因：

（1）无论是新能源汽车，还是非新能源汽车，均需使用低压电池。

（2）目前市面上绝大部分新能源汽车低压辅助电池主要使用的还是铅酸电池。少数车企或车型开始在特定应用场景下，尝试采用锂电池作为低压电池。

（3）无论市场如何变化，公司积极打造了铅酸+锂电的产品矩阵，有效应对市场的潜在变化和市场需求。

**2、面对新能源汽车行业的快速发展，公司如何把握行业发展的新机遇？**

发展新能源汽车产业是实现节能减排和双碳目标的重要路径。政策引导下，启停系统、混动和纯电动技术均得到大力发展与普及。这直接提升了单车低压电池的价值量，有利于公司收入和利润水平的提升。

公司作为汽车低压电池行业内领军企业，打造了多品类、差异化的产品矩阵，满足内燃机车型、纯电动车型以及其他车型的各种产品要求。低压电池的产品品质赢得了市场的良好口碑。

公司EFB和AGM电池、驻车空调电池、辅助电池以及低压锂电池销量持续增长，低压锂电定点项目数量持续增加。公司与车企建立了良好的沟通和合作机制，主动匹配客户结构的变化和客户需求，近年来陆续收到国内外多家知名车企的定点函，2022年，公司新获得26个低压锂电定点项目，今年又新取得18个低压锂电定点项目，这些项目预计在2025年以后实现量产供货，公司未来的营收结构预计会有一个比较明显的变化。

**3、请介绍下公司的未来规划？公司有哪些差异化的优势？**

公司致力于成为全球领先的能源服务商。根据“十四五规划”，公司力争在2025年末，在营收上再造一个骆驼，打造铅酸+锂电两个平台，实现低压电池全球前三的地位，海外建立四个子公司或基地，国内综合市占率力争达到50%，全球低压电池产能达到6000万kvah。

竞争优势：

（1）渠道和营销网络优势。包括：全球车企渠道、全球经销商网络（国内9万多家终端商，海外大型零部件超市和贸易商等）。

（2）规模和协同发展优势。产能全球布局；国内电池与回收产能“1+1”就近匹配；销售渠道和回收渠道共用，有效协同。

（3）多品类产品及品质优势。打造了多品类的低压铅酸+锂电池，储能产品，再生利用产品。产品品质得到了欧美主流车企的认可。

（4）品牌及服务优势。“1+N“的品牌模式，实现了产品和客户的全覆盖；“产品+服务”的营销模式，更好的融合线上下单与线下提供产品和服务，为消费者带来更好的体验。

**4、公司在海外业务的进展如何？渠道建设进度如何？对于海外市场的空间有怎样的预判？**

全球化是实现公司战略和可持续发展的必经之路。对公司而言，全球化不只是一个项目，更是关乎公司经营发展的生存之道。公司从大的战略方向把握全球市场，通过在海外布局研发、制造、销售等分支机构，坚定推行全球化项目。北美市场是全球市场的重要一环，公司在马来西亚和北美投建新工厂，致力于提升海外市场销量和份额。

公司海外业务方面：

（1）2022年销量同比增长31.4%，今年一季度销量继续保持增长态势。

（2）在海外实现了对北美FCA、本田、起亚、卡特彼勒等车企的配套。

（3）不断开拓创新，丰富自身的产品矩阵和服务，取得了欧美多家知名车企的新车型定点。

海外布局和渠道情况：

（1）海外多点布局研发机构（美国/德国）、先进智造基地（马来西亚一期200万kvah，美国100万kvah）、销售和仓储物流中心（美国、德国、马来西亚、印尼、乌兹别克斯坦等）。

（2）加强与国际车企、零部件企业和超市、大型经销商贸易商的合作。

（3） 利用全球营销网络，推出汽车低压电池产品和储能产品，更好的服务全球车主和客户。

对海外市场空间的判断：

（1）“增长”仍将是全球汽车及低压电池零部件市场的主基调。

（2）国内、海外汽车市场，尤其是存量市场持续扩张。

（3）单车搭载低压电池的价值总量在增长。包括：

a. 单只电池载电量的提升。

b. 电池工艺和技术的提升，带来的价值量大幅提升。

c. 单车平均搭载电池数量的增长。

**5、近几年部分铅酸电池企业业务量下降，导致停工停产，公司是否也遇到此类问题？公司是否考虑加快转型升级？**

根据产品材料体系和产品实际应用的特定场景，铅酸电池仍将长期占据汽车低压电池市场的主导地位。近年来，公司不断优化革新，在各大市场和渠道大力拓展产品销售量和业务服务质量，出货量不断创历史新高。

车企选择低压电池产品的考量因素通常是：（1）产品的稳定性和安全性；（2）产品的实际温度适应性，高温和低温（高纬度地区有低温顾虑）；（3）如果采用锂电池作为低压电池，带内燃机车型的整车装配工艺和工序的调整，会导致数千元的成本增加（新能源纯电动车型在此方面受到的影响较小）。综合上述产品的稳定性安全性，温度适应性，以及整车装配成本等因素，在无重大技术革新的前提下，铅酸仍将占据汽车低压电池的支配地位。此外，后市场汽车保有量的不断增长，海外供需格局的向好，都将为公司带来更多的市场机遇。

新能源转型升级方面：

（1）公司较早的开展了锂电的研发和产业化工作，积累了规模化制造多类型锂电池产品的经验，目前先行投入布局低压锂电产业。

（2）推出多种类型产品矩阵，满足客户差异化需求。基于过去多年与车企良好的合作历史和经验，能够更好地解决产品的技术难点和痛点；针对不同应用场景，提供差异化的产品和服务，满足储能和车企客户。

（3）面对新能源行业的发展态势，公司稳健经营差异化运营。针对低压锂电业务，加快推进新产线建设和投产，不断进行产品迭代升级，更好的迎接未来挑战。基于储能市场特点，目前采用轻资产运营的模式，有效降低中间费用，提高产品的综合竞争力。