

证券代码：689009

证券简称：九号公司

九号有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐媒体采访 ☐新闻发布会 ☐现场参观 ☐分析师会议 ☒业绩说明会 ☐路演活动 ☐其他
-----------	---

	面均具备显著优势，公司对其市场表现充满期待。基于此，公司对达成全年电动两轮车的销量目标充满信心。 3、九号公司电动自行车新品何时推出？ 答:感谢您对公司的关注。公司已完成符合最新国标的电动自行车产品的研发与筹备工作，预计于 2025 年第四季度正式发布。后续公司将持续聚焦市场对中高端电动两轮车的需求，依托自身研发优势、设计能力迭代升级产品，不断丰富产品线矩阵，从而满足不同用户群体的需求。 4、您好，珠海有消息说是要到 2027 年才能投产。如果是这样，公司如何解决 2026 年需求增长的问题？ 答:感谢您对公司的关注。目前，常州工厂的产能扩产顺利，能满足业绩旺季的需求，珠海作为第二生产基地建成后，公司电动两轮车产能可达 700 万台/年。同时，公司会优化现有基地运营效率、提升产能利用率，叠加东南亚已落地的电动滑板车代工产能，通过灵活布局全面匹配 2026 年市场需求。 5、近五年来，资产负债率在逐步升高，应付账款比例逐步提升，从 2020 年年报 27 亿流动负债，到 2024 年 91 亿流动负债，虽然没有短期借款，应付票据占大部份。这个负债率在行业内处于什么水平？对供应商的压力大吗？请问公司管理层认为这逐步升高的负债是提升了或是削弱了公司的竞争力？ 答:感谢您对公司的关注。公司资产负债率及流动负债规模的增长，核心源于业务规模持续扩张与供应链协同模式的优化升级，而非财务杠杆的被动增加。从负债结构来看，公司流动负债以经营性负债为主，这一结构既体现了公司与上游供应商长期互信的合作基础，也是双方基于共赢理念优化结算效率的成果，更是公司业务规模扩大、行业认可度提升的自然体现。
--	--

	对待供应商，公司始终坚守“互利共赢、相互尊重”的合作原则，通过长期稳定的合作机制与透明化沟通，与核心供应商建立了深度绑定的战略伙伴关系。 经营性负债的合理增长，进一步增强了公司运营韧性与综合效能。一方面，基于供应商的信任与支持优化结算周期，让公司得以更高效地统筹资金，聚焦研发创新、市场拓展与产能建设；另一方面，稳定的供应链协同关系提升了采购效率、保障了供应稳定性，形成了“公司-供应商”双向赋能的良性循环。未来，公司将持续动态优化负债结构，在保障财务稳健的前提下，深化与供应链伙伴的协同价值，共同提升产业链整体竞争力。 6、公司 Q3 相比 Q2 收入基本持平，但利润下滑较多，请解读主要原因？长期来讲，公司费用率和利润率的合理水平是怎么样的？ 答：感谢您对公司的关注。主要是受业务季节性波动与汇率波动变化两大短期因素影响。割草机器人与 B 端电动滑板车受行业季节性特征影响，第三季度处于销售淡季。割草机器人的需求旺季集中在春夏季草坪养护期，B 端滑板车采购也随下游场景需求呈现季度波动。伴随这两项业务营收占比阶段性下降，公司整体利润率水平受到一定影响。其他品类中，C 端电动滑板车和电动两轮车的 EBIT Margin 环比稳定。 作为全球化布局企业，公司境外销售主要以欧元、美元结算，汇率波动会对利润产生常规性影响。受第三季度国际汇率市场波动影响，当期产生汇兑亏损，而二季度因汇率走势不同形成汇兑收益，这种季度间的损益反向变化进一步拉大了营收与利润的增速差。长期来看，公司将通过规模效应释放、产品结构升级等方式，持续提升盈利水平。
--	--

	7、请问公司电动摩托车的销量占电动两轮车的比例是怎样的？如何展望明年这一占比的变化趋势？ 答:感谢您对公司的关注。伴随着消费者对智能化两轮车需求的提升，叠加新国标切换期行业产品结构调整机遇，公司产品结构持续优化，第三季度电动摩托车在电动两轮车总销量中的占比已提升至 55%，公司将持续保持在高端、高性能车型领域的竞争优势，预计 2026 年该占比将进一步提升。 8、请问公司电动两轮车的软件收入变化趋势是怎样的？随着更多智能化功能的推出，后续会员费会有新的收费方式或者变化吗？ 答:感谢您对公司的关注。从今年前三季度来看，公司电动两轮车软件收入逐季增加，续费率也呈上升态势，后续公司还会通过皮肤商城、智能周边配件等进一步增加用户粘性，为用户提供更多价值。 9、实体门店投资是自营还是加盟呀(卖车 or 维修)？有做过资本回报率测算吗？和网络销售做过相应比较吗？ 答:感谢您对公司的关注。公司电动两轮车销售门店采用加盟的模式，涵盖车辆销售、售后维修、配件供应等全流程服务，并在北京、上海有两个综合服务中心，共同支撑线下渠道网络布局。目前全国多数门店已实现盈利，整体店效保持稳步提升。 公司已结合门店选址、面积、装修投入、库存成本、运营费用及销售收入等多维度进行测算，在门店正常运营且达到预期动销水平的情况下，投资回报率处于行业领先水平，具体数据因门店所在区域、规模及运营效率存在差异。 与网络销售相比，线下门店的核心优势在于沉浸式产
--	--

	品体验、即时性售后维修及本地化服务响应，能更好满足用户对智能短交通产品的体验需求与服务保障；线上渠道更聚焦高效引流、便捷购买及全国性品牌传播，两者形成互补协同。公司通过“线上引流+线下体验交付”的全渠道模式，既发挥了线上的效率优势，又依托线下门店强化了用户粘性与服务质量，共同推动业务增长。 10、公司 C 端电动滑板车前三季度快速增长，请问如何判断该业务未来的可持续性？ 答:感谢您对公司的关注。基于行业潜力与公司布局，我们对明年 C 端电动滑板车业务增长仍持积极预期。从行业来看，海外市场（尤其是欧美）电动滑板车渗透率仍有提升空间，新兴市场需求也在逐步释放；从公司层面，将持续推进产品迭代，并针对不同国家推出更贴合本地化需求的新品，同时深化渠道合作、拓展新的销售场景。 11、进入割草机器人领域的厂商越来越多，请问公司如何应对割草机器人行业的竞争加剧？ 答:感谢您对公司的关注。产品端，明年公司将推出更完整的产品线，引入新的技术路径，聚焦中高端价格带，持续强化产品竞争力；渠道端，公司将加大渠道拓展力度，深化现有渠道合作，快速抢占新兴市场份额；投入端，公司也将适度加大费用投放，重点支持产品研发与品牌建设，以巩固并提升公司在割草机器人领域的市场地位。 12、请问公司是否有布局扫雪机器人和泳池机器人等庭院机器人产品？扫雪和泳池机器人现在市场很火，公司是什么看法？公司在推出新的产品线时主要的决策思路是怎么样的？ 答:感谢您对公司的关注。公司始终秉持以用户需求为核心的发展理念，持续关注机器人技术在多元场景中的应用潜力。基于公司机器人技术积累与创新基因，公司将
--	---

	审慎评估新机会与现有机器人平台的协同价值及增长空间，积极探索庭院智能生态的未来发展方向。 13、公司 E-Bike 业务目前的进展？ 答:感谢您对公司的关注。产品方面，针对美国市场的 E-bike 产品今年已于上半年上市，针对欧洲市场的产品预计明年推出；技术方面，将在传动系统、电池、电机等核心领域开展创新；渠道方面，E-bike 和电动滑板车渠道的协同性较好，公司在美国和欧洲市场正逐步拓展 IBD（独立自行车门店）专业渠道，该渠道亦可协同销售电动滑板车，形成“E-bike+电动滑板车”的产品组合，提升渠道经销商合作意愿。此外，公司有望把电动两轮车业务积累的智能化功能复制到 E-Bike 中，进一步提升公司 E-bike 产品的竞争力。
日期	2025年11月7日