

证券代码：000913

证券简称：钱江摩托

浙江钱江摩托股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-001

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他_____
参与单位名称及人员姓名	汇添富基金、中信证券、建信资管、浙江国创私募基金管理有限公司、太平养老、太平资产、同方全球人寿、台州国资投资集团、海富通、鹏华基金、申万宏源、新华资产、华西证券、富国基金、华夏基金、兴证汽车、阳光资产、天风机械、招商证券、银华基金、财通基金、
时间	2025 年 2 月 24 日-28 日
地点	公司会议室、线上
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：王海斌
投资者关系活动主要内容介绍	公司董事会秘书向来访者介绍了公司发展历程、主营业务、经营情况及管理团队等基本情况，并就投资者提出的问题进行了回复： 1、2024 年公司经营业绩及车辆销售情况？2025 年 1 月份同比情况？ 公司于 1 月 22 日发布了 2024 年度业绩预告，2024 年增长约 37.92%-53.01%。2024 年销量约 44 万辆，其中内销约 21 万辆，出口约 23 万辆，出口区域主要集中在亚洲、欧洲、美洲区域，其中亚洲（包括土耳其）约 10 万辆，占比最高。 根据协会数据，公司 2025 年 1 月销售 3.78 万辆，同比增长 0.3%，其中大于 250cc 车型 1.06 万辆，同比增长 11.3%。

	内销 2.05 万辆，同比增长 60%，其中大于 250cc 车型 0.46 万辆，同比增长 29.5%；出口 1.74 万辆，同比下滑 30.4%，其中大于 250cc 车型 0.6 万辆，同比增长 0.3%。 2、2025 年海外重点市场展望？ 2025 年欧洲及南美市场是出口增量的重点市场。主要策略包括：开拓相对具备实力的经销商渠道；QJMOTOR 品牌通过赛事、展览、媒体宣传等逐步获得客户认可；通过构建本地化的配件中心，快速服务市场，提升用户满意度。我们期望在意大利、西班牙、墨西哥、阿根廷、巴西等国家得到较快的增长。 3、2024 年摩托车行业中大排量销售超预期的原因？ 国产品牌经过多年的技术积累和市场竞争，在发动机性能、整车设计、制造工艺等方面取得了显著进步；在质量控制、耐用性和可靠性方面逐步接近甚至超越国外品牌；经过多年的竞争和发展，国产品牌产品的性价比也得到极大提升。2024 年摩托车行业中大排量车型销售超预期，可能原因之一是得益于国产品牌产品力的提升和高性价比的优势。 4、如何看待国内大排量的增速以及公司的应对措施？ 大排量摩托车属于玩乐与通勤属性并存的产品，受消费习惯和消费能力的影响较大。基于当前环境谨慎判断，2025 年国内大排量行业整体增速可能相对平缓。公司将通过推出更多优秀的原创产品、新技术应用、差异化策略、完善服务等多种举措，持续保持行业领先地位。 5、公司研发规划情况？ 公司每年都有多款新产品发布。根据未来规划、市场需求以及竞品情况，2025 年公司会继续推出多款优秀产品，包括配备 AMT、电子离合、智能仪表等新技术的全新产品，保持产品领先。 6、从东南亚市场来看，日系品牌占据优势。与日系相比较有哪些短板？公司会采取怎样的措施？
--	--

	日系品牌在东南亚具备品牌认知优势、本地化批量生产的成本优势和分期付款金融体系优势，国内品牌在上述方面处于劣势。公司已在印尼成立子公司，拟利用本地化生产及销售降低成本、探索可行的金融分期途径，以参与市场竞争。 7、目前有多少家海外代理商？模式怎样？ 公司目前已经在 60 多个国家和地区建立了业务，一般采用一个国家 1-2 个代理商的模式。除印尼外，当地的渠道建设主要由代理商负责。公司通过参加国际展会、赛事、自媒体等方式做好品牌推广；通过提供技术支持、建立配件中心等提供渠道支持。 8、请介绍公司全地形车的进展情况？ 全地形车目前有 2 款车型量产，2024 年销售近 3000 辆。另有其他多款车型在进行实测，验证车辆在极端气候和地形条件下的性能和可靠性，以在适合的时候推向市场。全地形车对公司来讲，技术不是障碍，主要问题在于开拓适合的渠道，以及让用户了解公司的品牌和产品。 全地形车的主要销售区域在北美、欧洲和澳洲。美国全地形车市场规模庞大，消费者对全地形车的接受度高。公司重视美国市场，已设立美国子公司，拟组建本地化团队开展业务。 9、2025 年经营上可能存在哪些不利因素？ 2025 年国内大排量车型可能会有价格竞争，产品毛利可能受到挤压；随着新厂搬迁，在建工程逐步转为固定资产，以及新设备的陆续投入，相对老厂折旧费用将会增加；另外利息收入也会有所降低。公司将努力通过规模效应以及降本增效，以对冲影响。
附件清单(如有)	无
日期	2025 年 2 月 28 日