

证券代码：301345

证券简称：涛涛车业

浙江涛涛车业股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号 2023-001

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	1、东北证券、浙商证券、财通证券、东海基金、人保资产、钱江新城金融投资、华泰柏瑞、巨子私募 2、线上参与公司 2022 年度业绩说明会的全体投资者
时间	机构交流：2023 年 6 月 2 日（周五）13:00-15:00 业绩说明会：2023 年 6 月 2 日（周五）15:30-17:00
地点	1、杭州全景网会议室 2、全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）
上市公司接待人员姓名	1、涛涛车业 董事长、总经理曹马涛 2、涛涛车业 董事会秘书、财务负责人孙永 3、涛涛车业 独立董事娄杭 4、浙商证券 保荐代表人冉成伟
投资者关系活动主要内容介绍	投资者提出的问题及公司回复情况 1、公司有人才激励计划吗？ 答：尊敬的投资者，您好！一直以来，公司高度重视人才梯队建设，积极培养储备人才，广纳贤才，致力于打造一支高素质、强有力的人才队伍，以满足研发、生产、销售、管理等方面的需求。公司当前尚未制定股权激励计划，今后将一如既往的做好全方位的人才服务工作，加大人才建设的投入，根据公司发展规划适时制定合理的股权激励计划，具体请持续关注公司公告。感谢您的关注。

2、请问今年上半年公司业绩如何？

答：尊敬的投资者，您好！请关注公司 2023 年半年度报告。感谢您的关注。

3、公司是否进行广告投资？

答：尊敬的投资者，您好！公司会根据未来销售规划及市场需求情况，有针对性地投放一定量的广告。感谢您的关注。

4、公司的股价为何上市以后往下跌？是否上市价定的太高了？

答：尊敬的投资者，您好！首次公开发行时，根据市场初步询价结果，公司本次理论发行最高价为 83.00 元/股，经与主承销商充分协商，本次发行价格最终定为 73.45 元/股，折价比例超过 10%。二级市场股价受宏观经济、市场环境以及投资偏好等多方面因素影响，敬请注意投资风险。公司高层和核心员工对公司未来发展充满信心，本次公开发行中亦投入了 1.50 亿元参加战略配售，认购价格同样是 73.45 元/股。目前，公司生产经营正常，并将持续聚焦主营业务，着重打造电动自行车、电动高尔夫球车以及大排量全地形车等第二增长曲线产品，继续打造自有品牌和拓展自有销售渠道，进一步加强企业核心竞争力，扎实做好企业基本面，为广大投资者创造更大价值。感谢您的关注。

5、有智能送餐之类的机器人吗？

答：尊敬的投资者，您好！公司是一家专注于“新能源智能出行”的科技制造企业，聚焦智能、绿色、高端的不同年龄段和多场景应用的产品，涵盖智能电动低速车和特种车两大类，其中：智能电动低速车包括电动滑板车、电动自行车、电动高尔夫球车等新能源产品；特种车包括全地形车和越野车等产品。公司产品主要用于休闲运动、智能出行、特种作业等方面。感谢您的关注。

6、董事长：股票上市破发至今您有否增持举措来确保贵公司股票价值的真正价值？

答：尊敬的投资者，您好！公司始终相信持续做好主营业务

是对市场投资者的最好回报，公司管理层将更加努力做优做强主业，坚持“聚焦产品，深耕行业”，不断加大研发投入和市场拓展力度，以好的业绩回馈广大投资者。同时，公司将不断加强价值挖掘和传播，与投资者共享公司发展的成果。感谢您的关注。

7、面对如今全域发展 ai 智能，请问公司如何让目前产品线在 ai 领域实现智能化布局？

答：尊敬的投资者，您好！涛涛车业是一家专注于“新能源智能出行”的企业，一直聚焦智能、绿色、高端的出行产品。公司的电动自行车采用智能的电池锁换电电池设计及智能电池 BMS 软件保护系统、IOT 技术、汽车级别的“CAN”通讯、“OTA”远程控制技术、精准的 GPS 定位等；电动平衡车实现了整车智能安全管理系统；电动滑板车实现了手机 APP 互联，实时掌握车辆状况，同时实现智能锁车；电动高尔夫球车配备智能中控控制系统，提升了舒适安全的驾乘体验等。之后，公司将持续加大研发投入，加速推进各大类产品的智能化和高端化，进一步拓展销售市场。请持续关注公司公告或官方媒介。感谢您的关注。

8、2022 年的利润分配何时？

答：尊敬的投资者，您好！公司利润分配方案将在 2023 年 6 月 5 日召开的公司 2022 年年度股东大会审议，具体的利润分配将在股东大会审议通过后 2 个月内实施。本次利润分配的进展情况，请持续关注公司公告。感谢您的关注。

9、请问涛涛车业下半年订单及预期利润情况，谢谢。

答：尊敬的投资者，您好！公司将继续努力拓展销售市场，实现销售收入的稳步增长。请持续关注公司公告或官方媒介。感谢您的关注。

10、公司如何看待全地形车前景？

答：尊敬的投资者，您好！美国、日本等国家最早发展全地形车，拥有技术、销售渠道、品牌等制高点，在国际市场中占据有利态势。目前，全球全地形车的主要产量仍集中在北美。其中，

北极星、北极猫、庞巴迪、约翰迪尔等厂商生产的全地形车占全球产能的比例较高，本田、雅马哈、川崎等厂商生产的全地形车产能紧随其后，中国厂商生产的全地形车占全球产能的比重较低。全球全地形车的消费主要集中在欧美等发达国家，北美及欧洲为全地形车的主要消费市场，我国全地形车厂商生产的全地形车90%以上用于出口。全地形车作为集实用、娱乐、体育运动等功能于一体的特种车辆，可在沙滩、草地、山路、旅游场所等多种复杂路面行驶。由于其适用于不同地形，灵活性强等特点，应用非常广泛，目前主要用于户外作业（农业、畜牧业、林业、狩猎、景观美化、探险、工业、建筑等）、休闲运动、消防巡逻、军事防卫等众多领域。一方面，由于欧美国家尤其是美国、俄罗斯等国多草地、山路、沙路等，地形复杂，全地形车的消费主要集中在欧美等国；另一方面，欧美发达国家人均收入水平较高，人们富于冒险精神、追求刺激，进一步推动了全地形车的消费。随着全地形车逐步向休闲娱乐性和实用性方向发展，全球经济的不断发展以及各地区生活消费水平的持续提升，未来全球范围内以休闲娱乐、赛事竞技、日常生活、户外作业为用途的个人全地形车消费需求将越来越高，其市场规模和渗透率将逐步提高。据 Allied Market 预测，全球全地形车市场将持续增长并有望于 2025 年达到 141 亿美元，未来市场广阔。感谢您的关注。

11、目前产品线布局形成多少个子品牌，有没区分产品定位，高端品牌系列有何产品？

答：尊敬的投资者，您好！一直以来，公司非常注重自有品牌的建设和培育，通过不断完善自有品牌矩阵，强化自有品牌优势。目前公司拥有 TAOMOTOR、GOTRAX、DENAGO 三大主力品牌，其中：全地形车、越野摩托车的自有品牌 TAO MOTOR 主打“实用、乐趣、动感”；电动滑板车、电动平衡车的自有品牌 GOTRAX 主打“新潮、环保、高性能”；电动自行车、电动高尔夫球车以及大排量特种车的自有品牌 DENAGO 主打“高端、专业、活力”。自有

品牌销售已成为公司业务收入的主要组成部分，2022 年公司自有品牌的销售占比在 60%以上。感谢您的关注。

12、贵公司生产电动自行车，可以代替目前电动车市场吗，可否在自行车上安装可拆卸充装电池给自行车助力？

答：尊敬的投资者，您好！公司生产的电动自行车（即 Ebike）主要有三种骑行模式可供选择：一是完全脚踩，二是脚踩结合电助力，三是纯电动（这种模式下类似于目前市场上的电动车）。消费者可以结合使用场景、速度以及自身身体状况等选择骑行模式。公司目前电动自行车上的电池都是可拆卸充电电池。感谢您的关注。

13、请问公司目前有什么项目在研？进展如何？

答：尊敬的投资者，您好！公司将继续通过加大研发投入，吸引优秀研发人才加盟，研发出更多具备个性化、智能化、高端化的产品，引领非公路休闲车潮流，满足消费者日益增长的多样化、定制化需求。同时，公司将紧跟“油改电”的时代发展潮流，继续加大新能源产品的研发和销售。另外，为促进研发工作的持续创新和更加高效，公司将进一步加强国外研发中心的建设，将在美国麦迪逊设立新的研发中心，整个研发工作以美国研发中心为主导，产品设计、应用和测试等在美国完成，中国研发中心负责整车结构设计、确定生产工艺、小批试制等，实现国外国内研发工作的高效对接，提高研发效果的转化。请持续关注公司公告或官方媒介，感谢您的关注。

14、曹总好，涛涛本次上市资金超募较多，请问贵司有计划如何利用这部分超募资金吗？谢谢。

答：尊敬的投资者，您好！公司将严格根据《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》等有关法律法规及规范性文件的相关规定合理使用超募资金，并结合自身战略发展规划及实际生产经营需求，审慎合

理安排超募资金的使用，如：永久补充流动资金、偿还银行贷款或投入新产品项目等。关于公司经营和投资等方面的未来规划，请持续关注公司公告或官方媒介。感谢您的关注。

15、董秘你好，请问公司产品或技术是否可以应用到机器人领域？

答：尊敬的投资者，您好！公司是一家专注于“新能源智能出行”的企业，聚焦智能、绿色、高端的不同年龄段多场景应用的产品，涵盖智能电动低速车和特种车两大类，用于智能出行、休闲运动、特种作业等方面。感谢您的关注。

16、您好，请问公司的电动滑板车、电动平衡车、电动自行车、电动高尔夫球车、全地形车和越野摩托车的销售台数、销售额和同比增长率分别是多少？

答：尊敬的投资者，您好！相关产品销售数据请以公司公告或官方媒介信息披露为准。感谢您的关注。

17、目前在手有多少国外订单？比去年好吗？

答：尊敬的投资者，您好！公司将努力拓展销售市场，实现销售收入的稳步增长。请持续关注公司公告或官方媒介。感谢您的关注。

18、公司电车出口欧美的出货质量检测标准是否高于国内出货标准？

答：尊敬的投资者，您好！公司一直将产品质量管理作为企业的立足之本，始终坚持国际先进的生产管理标准。公司销售美国市场的产品已获得 EPA、CARB、UL 等认证，销售至欧盟市场的产品已获得 e-mark、CE 等认证，符合相关规定。国内颁布了《GB/T34667-2017 电动平衡车通用技术条件》《GB/T34668-2017 电动平衡车安全要求及测试方法》等有关标准和规范，目前公司正与小米、小牛等行业龙头企业共同起草国家标准《电动滑板车通用技术规范》。感谢您的关注。

19、请问董事长，与可比公司春风、九号等相比，公司的核

心竞争力主要体现在哪里？行业竞争日趋激烈，公司如何建设和巩固核心竞争力？

答：尊敬的投资者，您好！

（1）公司的核心优势主要体现在五个方面：

①全渠道营销优势：公司积极在全球市场进行多渠道布局，已建立了包括大型连锁商超、自有网站、第三方电商平台、批发商零售商、经销商等在内的线上、线下全渠道营销网络，自有销售渠道优势明显；

②自有品牌优势：自成立以来，公司就高度注重自有品牌的建设和培育，不断完善自有品牌矩阵，目前旗下拥有TAOMOTOR、DENAGO 和 GOTRAX 三大主力品牌，自有品牌销售已成为公司收入的主要组成部分，2022 年公司自有品牌的销售占比在 60%以上。自有品牌的大力建设和发展，使公司突破了“ODM 与 OEM”模式下订单由第三方控制的局限性，溢价能力明显提升，盈利能力显著增强；

③深耕北美多年的本土化运营优势：经过多年北美本土运营经验的积累，公司已在美国、加拿大组建了国际化、专业化的百人运营团队，拥有丰富的本土化运营能力和实践经验，精通产品研发、市场开拓、“仓储式”销售和售后服务等多项业务，有效保证了公司在和行业企业的竞争中，既能发挥中国制造“做强、做精”的成本优势，又能利用北美本土渠道服务的差异化，构建公司核心竞争力；

④跨国协同的研发体系优势：以北美市场需求为导向，公司紧跟行业发展潮流，在深入了解消费者偏好与售后反馈基础上，细化产品定位并确定研发方向。通过国内国外研发团队的良好合作与协同，建立了以市场需求为导向的高效研发体系；

⑤核心部件自研自制、成本控制优势：公司在产品生产和成本控制方面有着显著优势。经过多年发展，公司已建立起较为完善的业务体系和运营框架，逐步实现核心部件如发动机、车架、

轮毂、电机、电池（组装）、主电缆等自主研发和生产，形成了完整的生产能力。

（2）今后，公司将继续通过以下几个方面建设和巩固核心竞争力：①持续推进销售渠道的全球化布局；②大力发展和建设自有品牌，深挖自有品牌价值；③以市场需求为导向，围绕自主研发和创新，加强海内外团队的协同合作，提升研发水平；④继续依托核心部件的自主研发和生产，掌握核心技术，控制产品质量，降低产品成本；⑤夯实人才队伍、打造国际化的高效协同团队。

感谢您的关注。

20、2023年海外消费市场疲软，宏观经济方面有哪些因素对于公司经营有积极影响的？

答：尊敬的投资者，您好！公司经营受原材料价格、海运费、人民币汇率等多方面的影响。海运费、主要原材料价格的下降、人民币汇率的贬值均对公司的盈利产生正面的影响。目前，国际海运费已从高峰期下降了80%；主要原材料如铝、铁、塑料、电芯等处于价格低位；公司境外销售占总营业收入比例在98%以上，且以美元结算为主，近期人民币贬值对公司盈利具有一定的有利影响。感谢您的关注。

21、公司超募资金金额较大，前期募投项目也已经建设完毕，公司最近也发布了“关于使用部份超募资金投资年产4万台大排量特种车项目”，除了上述项目外，公司对其他超募资金如何管理或还有其他的投资计划吗？

答：尊敬的投资者，您好！公司将严格根据有关法律法规及规范性文件的相关规定合理使用超募资金，并结合自身战略发展规划及实际生产经营需求，审慎合理安排超募资金的使用，充分保护广大投资者利益。年产4万台大排量特种车项目是公司基于当前特种车行业发展趋势及下游应用场景不断扩张的背景下作出的战略发展规划，项目建成后可以将快速地生产出符合市场需求

的大排量特种车产品，满足下游广阔的市场需求，并为公司带来新的利润增长点，进一步增强公司的核心竞争力。除了上述项目之外，公司将严格按照法律法规，并根据公司实际情况将超募资金进行合理使用，如：永久补充流动资金、偿还银行贷款或投入新产品项目等。关于公司经营和投资等方面的未来规划，请持续关注公司公告或官方媒介。感谢您的关注。

22、涛涛车业首发超募资金高达 12.6 亿元，请问保荐代表人后续如何对该部分资金进行监管？

答：尊敬的投资者，您好！浙商证券作为涛涛车业首发上市的保荐机构，我们严格按照《证券发行上市保荐业务管理办法》《上市公司监管指引第 2 号—上市公司募集资金管理和使用的监管要求》等相关规定开展持续督导工作。截至目前，涛涛车业累计使用超募资金 3.7 亿元，浙商证券已对该事项进行审慎核查并出具了核查意见。未来，我们将继续按照相关法规和指引的规定，持续与涛涛车业及监管银行保持良好的沟通，并开展必要的募集资金核查工作，有效督促涛涛车业审慎合理使用超募资金。感谢您的关注。

23、公司的三大品牌如何定位，如何协同发展？自有品牌的发展计划和目标？

答：尊敬的投资者，您好！公司旗下 TAOMOTOR、DENAGO 和 GOTRAX 三大主力品牌，其中：TAO MOTOR 以“实用、乐趣、动感”的品牌主张，已在欧美市场上获得了广泛的认可，深受消费者青睐，销售渠道以批发商和零售商为主；DENAGO 以“高端、专业、活力”的品牌主张，致力于打造更符合用户个性需求的创新产品，主要面向中高端消费群体，销售渠道为高端经销商网络，并通过开设线下体验中心打造极致用户体验；GOTRAX 专注于“新潮、环保、高性能”的品牌主张，多次入选亚马逊“AMAZON BEST SELLER”、“AMAZON’ S CHOICE”畅销品名单，深受消费者青睐，销售渠道为大型连锁商超和线上销售平台。公

司细分品牌进行精细化运营，既可以保持相互独立，又可以覆盖更多的消费群体，兼顾规模和盈利，拉动业绩增长，提升品牌形象，具备明显互补优势。利用细分品牌驱动下的多渠道优势，可以灵活、有效把控产品投放，通过提升高端产品占比，稳步实现产品结构高端化升级，进一步抢占中高端消费圈层，驱动盈利能力显著增强。未来，公司将进一步加强国际化营销团队的建设，不断完善自有品牌高端化布局，以加快实现自有品牌全球化的目标。感谢您的关注。

24、公司三大新品（大排量全地形车、电动自行车、电动高尔夫球车）销售渠道如何布局，与原先产品如何协同？

答：尊敬的投资者，您好！公司董事长曹马涛先生自2006年到美国从事营销工作，组建了由业内知名人士和行业专家组成的专业销售团队，在全球市场进行多渠道布局销售，已建立了包括大型连锁商超、自有网站、第三方电商平台、批发商零售商、经销商等线上、线下全渠道营销网络，销售渠道优势明显。公司的三大新品是现有产品的迭代与升级，一方面，新品可以借助原有渠道起步；另一方面，新品新渠道的搭建可以在一定程度上促进原有产品的销售。同时，TSC (Tractor Supply Co.) 和劳氏 (LOWE'S) 等垂直品类的大型专业商超、全球经销商网络的布局也为新品的市场开拓奠定了坚实的基础。2023年，公司将进一步开拓经销商数量，其中：电动自行车计划300家，电动高尔夫球车计划150家，全地形车计划100家。感谢您的关注。

25、请问独立董事平时如何履行自己的职责，请简单介绍一下？

答：尊敬的投资者，您好！作为涛涛车业的独立董事，本人严格按照相关法律法规，诚信、勤勉、独立地履行职责，认真审议董事会各项议案，并就其中部分事项发表了独立意见，充分发挥独立董事独立性和专业性的作用，维护全体股东尤其是中小股东的合法权益：2022年度，公司共召开董事会会议6次，本人亲

自并按时出席会议；公司共召开 3 次股东大会，本人参会 3 次；本人担任公司审计委员会的主任委员、薪酬与考核委员会委员，2022 年度共参加审计委员会会议 5 次，薪酬与考核委员会会议 1 次；2022 年度，本人通过了解公司生产经营、内部控制、关联交易、董事会决议执行等事项的进展情况，对公司经营管理提出建议。今后，本人将继续勤勉尽职，利用自己专业知识和经验为公司发展提供更多有建设性的建议，充分发挥独立董事的作用，为董事会的科学决策建言献策。感谢您的关注。

26、鉴于目前的中美关系情况，对公司北美地区业务是否有影响，公司如何规避或降低相关风险？（例如加征关税的影响、加息致使美国当地市场需求疲软的影响）

答：尊敬的投资者，您好！公司在北美地区的业务主要通过自有品牌、自有销售渠道开展。自 2018 年以来，美国陆续发布了数项关税加征措施，公司的多数产品也位列其中，美国子公司在销售时通过适当提高售价的方式以转移关税的影响。如中美关系恶化，公司将择机考虑海外设厂、积极拓展北美以外的其他市场等措施，消化或减少相关国际贸易形势带来的不利影响。感谢您的关注。

27、公司销售的产品哪些属于新能源产品，占比如何？

答：尊敬的投资者，您好！公司的新能源产品包括电动滑板车、电动平衡车、电动自行车和其他电动车等。2022 年公司新能源产品销售占比 60%以上。感谢您的关注。

28、贵公司“仓储式”销售的竞争优势在哪里？

答：尊敬的投资者，您好！公司“仓储式”销售经过多年的实践和打造，运营已经较为成熟，主要体现在：①有效克服生产工厂与客户之间的地理隔离和时间差，缩短客户采购周期；②贴近消费者，更加深入了解其需求动态，利于产品创新与升级，为客户研发和生产出更多市场需要的产品；③公司承担了库存管理工作，业务熟练的存货系统操作人员和物流团队可以满足不同客

	<p>户的大批量发货和分散的线上代发等需求，一定程度上降低了客户的仓库租金和运营成本。公司“仓储式”销售模式有效地将“国内生产、国外存放、跨境销售、当地服务”等综合起来，不仅多维度的满足客户需求，更是提供了优质服务，一定程度上提升了公司产品在市场上的竞争力。感谢您的关注。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023年6月2日