

证券代码：837242

证券简称：建邦科技

公告编号：2025-031

青岛建邦汽车科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

一、投资者关系活动类别

- ☐ 特定对象调研
☐ 业绩说明会
☐ 媒体采访
☐ 现场参观
☐ 新闻发布会
☐ 分析师会议
☐ 路演活动
☒ 其他（券商策略会）

二、投资者关系活动情况

活动时间：2025年3月4日

活动地点：上海浦东文华东方大酒店

参会单位及人员：西部证券、仙人掌资管、岢夏投资、恒穗资管、国投证券招银理财、杭广熠熠私募、泰信基金、玖歌投资、盈科汇金、财通证券、铁林资本（排名不分先后）

上市公司接待人员：公司董事会秘书陈汝刚先生

三、投资者关系活动主要内容

问题1：国内外汽车后市场有何异同，国内汽车后市场发展趋势如何？

回答：汽车后市场规模与汽车保有量及车龄紧密相关，汽车保有量越大、车龄时间越长，汽车后市场的需求量越大；此外，汽车后市场的发展受经济周

期性波动影响较小。国内外汽车后市场都具有上述基本特征。

相关数据显示，中美欧三方占全球汽车后市场 75% 的份额，三方各有特点：

1、美国是全球最大、最成熟的单体汽车后市场之一，专业化、标准化及细分度高，质量体系完善，对产品质量和服务要求较高。据美国汽车售后配件供应商协会统计，美国汽车后市场规模从 2000 年的 1,550 亿美元上升至 2023 年的 4,140 亿美元，年复合增速 7.9%。主要特点有：（1）独立后市场占据主要地位，目前，独立后市场销售额大概能占到总量的 80%，以 AutoZone、O' Reilly、GPC（NAPA）和 Advance Auto Part 四大连锁为代表的连锁经营的零售店在市场上占了一半的份额；（2）美国的后市场终端消费模式主要有两种，分别是 DIY 和 DIFM，虽然 DIFM 占比有上升趋势，总体看，DIY 占比较大，这也是美国汽配线上化进程较快的原因之一；（3）线上渠道的销售量增长特别明显，传统电商像 eBay、Amazon 等进入了这个市场，部分专业的汽配连锁也开通了线上销售渠道，线上销售量不断扩大。

2、欧洲汽车后市场的总体规模、发展阶段及结构特征和美国较为相近，根据欧洲汽车制造商协会统计，2023 年欧洲汽车保有量 2.5 亿辆，欧洲汽车平均车龄已达到 12 年。随着欧洲汽车保有量的稳定增长、平均车龄的提高，欧洲汽车后市场未来将保持稳步增长。目前主机 4S 店渠道市场占比约为 38%，独立售后市场占比约为 62%；同时，每个国家都有各自的特点，比如德国，基本是主机 4S 店渠道与独立第三方渠道平分秋色。各国汽车后市场都比较分散，并未形成美国式的统一大市场。

3、中国汽车产业起步发展较晚，但自 2009 年中国汽车销量超越美国以来，中国已连续十六年蝉联全球汽车产销第一。根据公安部最新统计数据，2024 年全国机动车保有量达到 4.53 亿辆，其中汽车保有量为 3.53 亿辆；新车产销量的稳定和庞大的汽车保有量，及汽车平均车龄的增加，给我国汽车后市场的产品和服务带来充分的发展势能。相关数据显示 2023 年中国汽车后市场的市场规模约 6.9 万亿元；其中维保市场占比约为 19%，1.3 万亿元。

中国汽车后市场的特点和趋势：（1）竞争格局分散，新模式新机遇涌现，后市场的巨大价值和发展潜力使其依旧是行业蓝海，传统模式下的竞争难以满足市场需求。不管是配件分销还是终端零售服务，头部 CR5 的集中度均未超过

5%，市场依然高度分散；（2）由于政策不断完善、行业发展日益规范、消费者逐渐成熟等原因，独立后市场份额占比逐年提升，由 2018 年的约 35% 提升至 2023 年的约 49%；（3）“新四化”的发展为企业提供破局思路，在颠覆性技术的驱动下（如互联网平台、大数据分析等），乘用车后市场会向行业集中化、收入多元化、企业多样化、渠道扁平化和服务数字化的方向发展；（4）放心、省心、便利的消费需求趋势明显。“正品”、“品质保障”这种在成熟市场难以成为核心差异化竞争力的定位，却是现阶段中国市场消费者的核心诉求之一。中国持续的人口红利使社会服务成本偏低，中国消费者对服务的便捷性有极致的追求，因此中国消费者更偏爱便捷化的线上消费、快递、移动支付等外包服务。汽车后市场消费者放心、省心、舒心、省钱、便捷的消费需求趋势明显。

问题 2：对公司来讲，除美国外，其他海外市场情况如何？

回答：目前公司产品直接出口至美洲、欧洲、亚洲、大洋洲的 26 个国家，通过跨境电商等客户渠道间接出口国家数量不详。除美国外，其他国家近几年的直接出口销量增速良好，特别是欧洲区域的国家。欧洲汽车后市场规模大，整体需求稳定，增长稳定，公司产品已初步获得了欧洲客户的认可。

问题 3：汽车后市场线上化进程有无变化？2025 年跨境电商类客户采购订单有无变化？

回答：汽车后市场线上化进程没有变缓的趋势，国家（地区）情况有别，在主要市场中，美国线上化速度最快，欧洲其次，中国较慢。近些年，国家大力支持跨境电商，行业增长未放缓，只是有进一步向头部集中的趋势。从公司在执订单情况分析，来自跨境电商的采购订单依旧处于增长态势。

问题 4：请介绍下公司汽车电子产品自产化进程。

回答：从产品型号看，目前公司管理汽车电子类 SKU 约 400 个左右，100 余项已实现自产。从产量看，自产产品已占汽车电子产品总销量的 30% 以上。公司正按计划推进汽车电子类产品的自产化，厂房面积已由一年前的 800 m² 左右拓展到目前的 1,600 m² 左右，以确保主要汽车电子产品逐步实现自产化。

问题 5：泰国马上进入热季，公司泰国工厂建设进度是否正常？

回答：目前泰国工厂的主体厂房建设已基本完成，生产线部分设备已到位，已进入安装、组装环节；员工外派、当地工人招聘及培训、模具制造、供应链

整备等工作正在按计划进行。公司正积极协调各方面资源，尽力确保工厂本年二季度进入可使用状态。

特此公告。

青岛建邦汽车科技股份有限公司

董事会

2025 年 3 月 5 日