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　□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	线上参与公司2026年第三季度业绩说明会的投资者
时间	2026年11月6日 14:00-15:00
地点	价值在线（https://www.ir-online.cn/）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事长 高禄峰 独立董事 许单单 CFO 凡孝金 董事会秘书 徐鹏
投资者关系活动主要内容介绍	**1、请问公司三季度毛利率下降的原因是什么？和春风动力相比，两家公司营收规模相似，毛利率相差10个百分点，销售费用和管理费用率也高于春风动力同期水平，未来公司会有哪些举措提升毛利率和降低费用率呢？** 答：公司2026年第三季度毛利率环比下降，主要系业务收入结构变化所致：电动两轮车收入占比由第二季度的约48%升至第三季度的约67%，该品类毛利率在公司各业务板块中相对偏低；毛利率相对较高的割草机器人业务受季节性因素影响，第三季度收入占比有所回落。 毛利率方面，电动两轮车业务坚持中高端、智能化定位，现阶段不进入低价位市场，将结合市场需求完善3,000元以上价格段布局，并通过供应链协同应对原材料成本压力；割草机器人业务持续推进新品开发、区域渠道建设及商用（ToB）产品探索。 费用率方面，公司销售费用投入主要系围绕渠道布局、

	新业务培育及全球化运营的战略性前置投入，与业务扩张节奏相匹配；随着两轮车国内门店网络布局逐步完善，工作重点正逐步转向提升店效、经营质量与增强终端服务。管理费用方面，公司统筹长期投入与股东回报，确保相关管理投入转化为长期竞争力和可持续回报。 **2、请谈谈未来两轮车的发展前景如何？有研报认为25、26年受国补影响，未来国内两轮车增长速度会是一个低个位数增长的趋势（5%以下），您怎么看待？还有九号的两轮车出海战略进展到什么地步了？** 答：对于国内两轮车行业，长期来看，随着行业合规治理持续深化，产品研发、认证管理、供应链及渠道能力对企业的重要性将进一步提升，行业竞争格局可能相应变化。消费者将根据自身使用场景和需求，在电动摩托车、电动轻便摩托车及电动自行车等不同品类之间进行选择。综合当前政策环境、市场需求及竞争情况，预计2027年行业整体需求保持相对平稳,但实际表现仍将受到政策执行、消费需求及市场竞争等因素影响。 关于公司的两轮车出海战略，东南亚方面，公司有序推进越南市场布局，相关经营主体已完成注册，生产基地筹备、产品适配、供应链建设及渠道建设等工作正在同步开展。欧洲方面，公司正推进产品进入及渠道建设工作，近期公司在米兰国际两轮车展（EICMA 2026）展示了多款专业电动摩托车车型，是公司完善全球产品矩阵、推进电动两轮车业务全球化布局的举措。相关新品多数尚处于概念发布或量产规划阶段，后续具体经营情况请以公司定期报告及公告为准。 **3、请管理层简单介绍公司的企业文化特点和公司的长期发展战略和规划。** 答：公司以“简化人和物的移动，让生活更加便捷和

	有趣”为使命，致力于成为全球领先的智慧移动能力公司，包含“智慧的移动人”与“智慧的移动物”两个维度，将“电动化”+“智能化”的“运载和移动能力”变成有独特竞争力和深厚用户价值的产品和服务。 在企业文化上，倡导以用户价值为中心、以奋斗者为本、以有效创新为驱动力、以结果为导向，并持续将相关理念贯彻于产品研发、用户服务、人才培养和经营管理之中。 在长期发展战略规划上，公司扎实推进“双品牌、全球化、电切油”的发展战略，围绕智能短交通与服务机器人两大业务方向，持续推进技术创新、产品迭代、全球化运营和组织能力建设，不断提升产品智能化水平与全球市场竞争力，夯实长期发展的综合能力基础。 **4、珠海工厂计划年产量是多少？产品定位的价格区间是多少？盈利能否得到改善？** 答：公司珠海电动两轮车制造基地总建筑面积约 33.4 万平方米，计划于 2027 年正式投产运营。目前，制造车间已完成竣工验收，首台电动车已正式下线。公司将结合市场需求、产品规划及实际运营情况，有序推进产能爬坡并统筹各基地的生产计划及安排。 产品方面，珠海基地主要服务于公司电动两轮车业务，公司未针对该基地单独披露产品价格区间。公司将持续完善中高端、智能化电动两轮车产品布局，具体车型及定价请以公司正式发布信息为准。 **5、公司三季报研发费用大幅增长，主要用于哪些项目？哪些方面？跟珠海基地有关系吗？跟最近发布的赛格威电摩有关吗？** 答：研发费用增长主要系研发人员增加所致。公司围绕用户实际需求，在底层技术、平台能力、核心零部件、

	软件系统及前瞻性产品储备等方面开展研发活动。2026 年前三季度公司研发投入 12.29 亿元，主要系公司基于中长期战略主动加大投入。电动两轮车方面，重点投入方向包括大容量单体电池、电机、补能及储能网络、系统架构升级和智能化等。 基地建设支出不属于研发费用。公司研发活动与产品规划、工业设计及制造工艺紧密结合，并与产能布局统筹推进，以保障新技术、新产品的高效落地。 公司研发投入基于整体技术战略持续推进，并非针对单一产品的短期集中投入。本次米兰国际两轮车展发布的专业电动摩托车系列产品，是公司研发投入及长期技术积累按产品规划落地应用的体现。公司根据项目进度和业务需要合理配置研发资源，推动研发成果转化应用，更好地满足用户需求。 **6、最近发布的赛格威电摩在国内销售吗？赛格威会作为单独品牌独立门店销售，还是跟九号一个门店？有东南亚出口计划吗？欧洲计划怎么布局？** 答：在近期举办的米兰国际两轮车展（EICMA 2026）上，公司集中发布了赛格威 Segway 品牌三大全新专业电动摩托车产品系列——X 系列电动越野摩托车、Orca Concept 高性能概念车及 X Cruiser 电动巡航系列，覆盖专业赛事、越野探索、城市通勤及中短途摩旅等场景，是公司完善全球产品矩阵、强化双品牌战略、从智能短交通向专业电动摩托车领域延伸的重要举措。 赛格威 X Cruiser 电动巡航系列产品旨在扩大日常用户价值，融合了宝马集团授权的两轮车相关知识产权，由公司负责整车开发、认证及上市。赛格威 Orca Concept 以概念形式探索高性能电动大踏板的未来。赛格威 X 系列电动越野相关车型积极参加达喀尔 Future Mission 1000 挑

	战赛，旨在建立专业可信度。三大全新专业电动摩托车产品共同呈现赛格威面向未来专业电动摩托车市场的战略方向。 其中，量产车型 Segway 超级电摩 XABER 350 已在中国大陆上市，XABER 300 已在北美上市，XABER 300 DS 为面向欧洲市场发布的型号。2027 年国内计划上市数款赛格威产品，并择机正式启动中国 Segway 品牌，前期将在符合要求的九号大店内以“店中店”形式运营。 东南亚方面，公司两轮车出海以越南市场为首站，坚持自主生产与本地化运营方向，相关经营主体已完成注册，生产基地筹备、产品适配、供应链及渠道建设等工作正在同步开展；欧洲方面，公司正推进产品进入及渠道建设工作，并深化与核心代理商的业务对接。各市场的具体上市安排、渠道铺设及运营细节，公司将结合市场情况有序推进，以后续正式公告为准。 **7、新国标电动自行车监管以来，特别是 10 月底至今，部分产品无法上牌被迫停售，公司怎样应对行业监管？公司以后通过 3C 认证的电动自行车也只能采取线下方式发售吗？公司对电自、电摩产品的市场结构怎样调整布局？** 答：根据《国家认监委关于发布电动自行车、童车类产品、玩具强制性产品认证实施规则的公告》要求，2026 年 11 月 1 日起，行业按照新版实施规则开展电动自行车 CCC 认证。目前，公司两大生产基地正结合监管要求、产品认证及市场情况，有序推进换证工作，并优先保障主力产品的认证和供应。 此次认证规则调整主要涉及电动自行车品类，公司电动摩托车业务不受影响。今年以来，公司电动两轮车业务保持良好增长，前三季度累计销量约 465 万台，同比增长 20%，从结构上看，销量以电动摩托车为主，占比高于行业

	平均水平且持续提升，电动自行车占比较上年同期有所下降。公司始终以消费者使用场景和需求为导向，推出匹配市场需求的产品。四季度为行业传统销售淡季，公司将继续结合监管要求和市场情况，统筹安排生产、认证及销售节奏，保持供应与交付的总体稳定。 **8、这次把回购金额加到最高 7 个亿，买回来的股票怎么处理？什么时候能买完？** 答：公司高度重视投资者回报。根据 2026 年 10 月 27 日披露的相关公告，公司拟将 2026 年度回购资金总额由不低于 1.5 亿元（含）、不超过 3 亿元（含）上调为不低于 3.5 亿元（含）、不超过 7 亿元（含），仍以自有资金通过集中竞价方式实施，回购股份全部用于注销；同时拟将 2024 年度回购方案中剩余的 3,409,705 份存托凭证用途调整为注销。上述事项尚需提交公司股东会审议。公司股东会审议通过后，公司现有库存股将全部用于注销。 回购进展方面，根据公司 2026 年 11 月 3 日披露的进展公告，截至 2026 年 10 月 31 日，公司累计回购存托凭证 6,407,022 份，占存托凭证总数的比例为 0.87%。 公司将严格按照相关法规的规定，在回购期限内根据市场情况择机做出回购决策并予以实施，同时根据回购股份事项进展情况及时履行信息披露义务。后续回购进展请以公司披露的相关公告为准。 **9、公司的自主品牌零售滑板车今年销量情况良好，前三季度累计销量超过 126 万台，同比增长超过 25%，请问管理层各位领导，该品类产品今年出现显著增长的原因是什么？** 答：一是需求端，受油价上涨影响，电动滑板车在短途出行中的使用经济性优势进一步体现，欧洲主要国家的电动滑板车市场需求持续增长。二是市场地位方面，公司

	在欧洲市场已形成一定的品牌和渠道基础，在部分国家的市场占有率处于领先地位，其余国家仍有份额提升空间。总体来看，该品类未来的增长空间主要来自市场需求增长和公司市场份额的持续提升。 **10、公司持续遭受汇兑损失，有什么处理办法吗？怎么平衡外汇风险和海外业务的发展？** 答：公司主营业务覆盖全球多个市场，收入及成本结构中外币占比较高，汇率波动对公司经营业绩存在一定影响。近两年，公司主要计价和结算币种对人民币汇率变动较大，公司高度重视汇率风险管理。 公司围绕欧元、美元两大主要结算币种，根据实际经营和资金收支情况，综合运用远期结售汇、外汇期权及外汇掉期等工具，对已确认的外币资产负债及未来可预见的外币现金流进行审慎管理，以降低汇率波动对经营业绩的影响。2026 年第三季度，公司汇兑损失 0.86 亿元，外汇套期保值收益实现 0.24 亿元。外汇套保无法完全消除汇率风险，公司将遵循实需原则和风险中性原则，在敞口可量化、风险可识别、交易成本可接受的前提下开展相关业务，不做投机性交易。 后续，公司将持续动态监控外汇敞口，统筹多币种资金收支及结算安排，优化套保策略，在支持海外业务稳步发展的同时，致力于平滑汇率波动对经营业绩的短期冲击。
日期	2026年11月6日