

**山东玲珑轮胎股份有限公司**  
**关于 2022 年第三季度现场业绩说明会暨举办投资者**  
**接待日活动召开情况的公告**

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、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责任。

为便于广大投资者更全面深入地了解山东玲珑轮胎股份有限公司（以下简称“公司”或“玲珑”）经营业绩等具体情况，增进公司与广大投资者之间的信息沟通，公司于 2022 年 11 月 2 日以现场方式召开 2022 年第三季度业绩说明会暨投资者接待日活动，与投资者进行沟通和交流、广泛听取投资者的意见与建议，并在信息披露允许的范围内就投资者普遍关注的问题进行了回答。现将本次说明会的召开情况公告如下：

**一、业绩说明会召开情况**

2022 年 10 月 29 日，公司在上海证券交易所网站及指定媒体披露了《山东玲珑轮胎股份有限公司关于召开 2022 年第三季度现场业绩说明会暨举办投资者接待日活动的公告》（公告编号：2022-101），并通过邮件方式提前征集投资者所关注的问题。

2022 年 11 月 2 日（星期三）上午 9:30-12:00，公司董事长王锋先生、董事会秘书孙松涛先生及有关部门负责人出席了本次业绩说明

会，针对公司的经营情况与投资者进行了互动交流，并就投资者普遍关心的问题进行了回复。

## 二、投资者提问及公司回复情况

本次业绩说明会中投资者提出的主要问题及公司回复情况整理如下：

### 1、什么原因导致公司第三季度利润下滑？相比同行公司毛利率下降幅度较大，是什么原因导致的？

（1）公司第三季度利润下滑主要受公司业务结构变化及市场结构的影响，公司出口市场占比下降，国内配套尤其半钢配套环比增长超过 100%，由于目前配套利润率低其占比大幅提升拉低公司整体业绩。

（2）与兄弟厂家相比，毛利率下滑的主要原因：

①市场结构差异：公司坚持国际化战略，积极推动国内、海外两个市场，两手抓、两手硬，尤其是在架构国内统一大市场方向指引下，玲珑率先实现了国内、海外市场平分秋色。长期来看，更有利于市占率的提升、产销规模的增长，有利于分散市场过于集中的风险。但是，今年国内市场受疫情的影响较大（尤其是卡客车业务板块），而海外疫情管控政策宽松，受影响极小，2021 年至今年上半年，海外市场明显好于国内，出口占比高的企业自然业绩表现亮眼。然而近期市场过于单一的弊端已经开始显现，海外以欧美市场为代表，已经开始需求下滑，进入到去库存周期。而国内市场已经实现正增长，也充分验证了玲珑国内、国际两个市场并重发展的逻辑是正确的。

②业务结构差异：玲珑经过多年的创新发展，得到了全球用户的广泛认可。我们也是轮胎行业唯一一家实现国内与海外、配套与替换“四条腿走路”的轮胎企业，尤其在配套领域，玲珑不管是在传统车企还是新能源领域均做到了国内第一，累计配套轮胎超过 2 亿条，且新能源配套今年预计超过 600 万条，国内配套销量占比第三季度达到了 36.75%。对整个民族汽车工业贡献巨大。但是，由于汽车工业近年来受原材料上涨、需求不振、芯片短缺、新能源电池成本暴涨等各种因素的影响，毛利率偏低，影响了我们的整体利润。而其他企业配套业务几乎很少，而且主要在欧美个别市场销售，所以在阶段性的盈利表现上就占有优势。但是公司会始终坚持配套拉动替换、配套提升品牌的长期逻辑，也会通过中高端产品、中高端车型和中高端品牌的三个结构调整，来快速的提升配套业务的盈利能力和品牌拉动能力。

③产地结构差异：玲珑率先实施了全球“7+5”产能布局，目前海外产能主要在泰国，而且由于出口量最大，美国市场影响力较强，美国对东南亚反倾销时被认定为强制应诉企业，执行最高税率，所以在关税上与越南相比有 14% 的差异，与泰国企业享受平均税率的企业也有 4% 的差异，这对客户成本影响是非常明显的。尤其是从去年以来，海运费、原材料暴涨的大环境下，利空叠加，市场高质量高性能逻辑下的性价比优势减弱，导致泰国的产能利用率和盈利受到影响。长期来看，泰国反倾销即将迎来复审，玲珑大概率可享受平均税率。另外，塞尔维亚工厂投产在即，也可以很好的通过市场规划，应对贸易壁垒，创造利润空间。

## 2、资产减值是否为存货减值，什么原因导致库存高？

资产减值是存货减值。前期在海运费的暴涨和集装箱一箱难求的状况下，经销商通过多下订单以及集装箱箱位来保证市场供应，海外以欧美市场为代表，经销商短期库存较高。随着近几个月海运费的迅速下跌，经销商则谨慎下单，进入到去库存周期。目前公司库存已经下降，三季度末较二季度末存货金额下降 6%。

## 3、塞尔维亚进展？

塞尔维亚项目目前已与中国中交签订合作协议，预计 2023 年一季度一期全钢 120 万套项目全部达产，半钢项目预计明年二季度试产，年底可形成 600 万产能规模。

## 4、配套发货量及最新推进情况？

公司第三季度配套总体销量近 700 万条，一到三季度配套总体销量超过 1600 万条。

配套进展：本田中国、上汽大众、马来西亚宝腾、吉利、东风日产等多个新车型正式量供，国内售价 20 万元以上畅销车型配套越来越多。大众旗下商用车品牌 SCANIA、MAN，实现七款产品量供，成为第一个配套国际高端商用车的自主轮胎品牌！宝马汽车首个项目 8 月份已开始批量发货。公司三季度整个配套发货量环比二季度增长超过 100%，高端产品占比超过 35%，新项目高端产品占比超过 60%。

新能源车方面：已成功配套比亚迪秦、宋、元、海洋四大系列，目前是比亚迪第一大轮胎供应商。9 月，通过大众中国新能源车项目自愈合轮胎评审，成为唯一进入大众全球的中国轮胎品牌，意味着整

个大众旗下所有高端品牌均拿到配套资格。传统车企的新能源阵营，已为雷诺日产、东风本田、广汽本田、一汽红旗等新能源车企配套；新势力领域，为易捷特、开沃、威马等进行配套。22 年第三季度新增配套一汽红旗 E-QM5 PLUS 18 寸主胎、吉利几何 E、五菱新能源 G100、G100P 主胎。8 月通过蔚来供应商评审，已经参与开发下一代车型。公司 2022 年 1-9 月新能源轮胎配套量超过 400 万条，同比增长超 90%，已超过 21 年全年总量，预计今年全年配套突破 600 万条，新能源轮胎配套整体市占率达到 30%。

### 5、公司新零售 3.0 简单介绍？

公司 3.0 系统于 9 月份全面上线，是基于新零售 2.0 的迭代，将推动厂家与渠道构建起赋能型的新型合作伙伴关系，并搭建起全渠道运营体系，推动玲珑渠道结构进入全新阶段。3.0 系统将凸显“公域私域并营、线上线下融合、前端中台一体、内外系统集成”等四大核心价值，搭建全渠道运营体系，全触点接触消费者，实现从全域营销、全渠道订单履约到供应链管理的零售业务闭环服务，掌握提高运营效率、提升服务质量，构建基于用户直达模式的多品类全渠道汽后生态型新零售模式。全新构建供应链生态、渠道生态、数据生态、内容生态、技术生态和厂商生态“六大生态”和“八大服务体系”，围绕“产品+服务+价值”核心理念，通过技术、团队、运营、系统等多方位、全流程升级，帮助店铺以技术立身、以服务立店，提升竞争维度。新零售 3.0 将以地级市为单位开展，由山东省开始向全国拓展。10 月 26 日，全国首批玲珑养车驿站 3.0 店铺在烟台开业。至此，在烟台市

内玲珑养车驿站店铺近 40 家、新零售合作店铺 240 多家，遍布于烟台各县市区。

特此公告。

山东玲珑轮胎股份有限公司董事会

2022 年 11 月 3 日