

证券代码:300220

证券简称: 金运激光

武汉金运激光股份有限公司投资者关系活动记录表

编号: 2021-001

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	参与公司 2020 年度网上业绩说明会的投资者
时间	2021 年 5 月 12 日 15: 00——17: 00
地点	“金运激光投资者关系”小程序
上市公司参加人员姓名	董事长: 梁萍; 独立董事: 李秉成、施先旺; 董事会秘书: 李丹; 财务总监: 罗亮
投资者关系活动主要内容介绍	本次年度业绩说明会采用网络远程的方式举行, 现将业绩说明会问答环节内容整理如下: 1、一直关注公司的发展, 请问, 后续有哪些提升业绩利润的举措 首先感谢您对公司一直的关注。公司工业智能应用业务板块的激光设备, 为了提高利润, 一方面在高毛利率产品、具有竞争优势的产品方面加大开发, 另一方面要扩大明星产品的销售: 主要涉及通用型光纤激光切管机、极小管光纤激光切管机、圆管专用光纤激光切管机; 超长幅面激光裁床、超宽大幅面激光裁床、激光熔覆涂层加工及修复服务等产品; 与此同时, 将加快对新应用领域的机型开发, 开拓新的业务市场。公司商业智能应用板块的 IP 衍生品(潮玩盲盒) 运营, 主要通过提高独家产品的开发力度和规模来提高毛利率, 同时按计划推进线下机器人商店的有效铺设, 提高营收规模, 以尽快达到盈亏平衡。 2、公司如何看待未来无人零售市场的格局 无人零售市场涉及不同行业的不同格局, 与我司相关的, 就设备而言: 智能无人零售设备在新零售营销模式的推动下发展迅速, 应用于快消品的设备最为普及, 专门应用于 IP 衍生品销售的公司为数不多。此类设备公司多为硬件设备制造商, 后台管理系统及数据服务功能一般外包给软件公司, 本公司相比同行业公司, 具有硬软件一体的生产及服务能力且功能具

	有独特性，运营数据保密性强，数据应用开发方便快捷。由于目前主要供应给公司内部使用而规模有限。就将无人零售设备应用于 IP 衍生品销售而言：市场容量大，但目前参与的公司线下规模均不大且比较分散，同时用此方式做线下销售的公司渐多。对于公司来说，有一定的先发和规模优势，有较大的市场前景，需要抓住机会。 3、公司子公司玩偶一号目前的销售数据如何；ip 小站每个无人销售端的销售额大概是多少 2020 年，玩偶一号实现营业收入 4453 万元，具体数据详见公司 2020 年年度报告及 2021 年一季度报告。 4、ip 盲盒作为一种营销策略，公司认为后续市场应如何表现 随着中国迈入消费大国新阶段，Z 时代消费人群崛起，潮玩行业已迎来发展黄金期, 吸引腾讯、阿里、哔哩哔哩、拼多多等互联网企业纷纷推出潮玩产品以及富有潮玩元素的节目开始进入潮玩行业。除互联网企业之外，TOKIDOKI、阿狸等，甚至餐饮业的呷哺呷哺、瑞幸咖啡也推出了盲盒系列玩具。中国潮玩市场空间巨大，IP 盲盒的升级、不同的产品形式将呈现。 5、ip 盲盒其实可以营销的产品有很多，目前公司是以什么产品为主要载体 目前盲盒内的产品为玩偶的 IP 表现形式。 6、公司网络销售端是哪些终端 公司的 IP 潮玩衍生品运营业务于 2020 年 6 月开始分步建立线上销售沟道，包括微信生态、电商平台、抖音平台、社交平台、IP 小站 APP。微信生态包括微信公众号、订阅号、视频号、小程序、IP 小站企业微信。电商平台包括京东和天猫。抖音平台包括抖音直播和抖音小店。社交平台包括小红书平台和得物平台。APP 为“IP 小站（潮）”APP。 7、目前公司的 3d 打印人像机投入生产力了吗 2015 年前后，公司在 3D 打印人像方面作为 3D 打印业务的一个品类在开展，其市场开拓并未有效扩张，则人像打印业务可按需制作，并不再侧重推广。人像打印是打印设备制作的一类产品，目前，3D 打印设备主要为 IP 设计做二创的开模和定制产品的小批量生产。 8、在 3d 打印技术方面，公司有什么核心竞争力 公司业务目前不涉及构建 3D 打印技术核心竞争力，3D 打印应用于公司的 IP 产品建模、开模以及少批量个性化定制化产品的制造上。公司主要是应用 3D 打印技术。 9、公司目前是想完全转型为 ip 小站的运营类公司了吗 “潮文化”类 IP 衍生品运营是公司新的利润增长点，也是未来发展战略的重点。转型
--	---

及完成转型需要过程和努力。

10、公司的财务指标一直都很差，请问公司如何看待公司的盈利模式

公司 2020 年亏损的主要原因为：1、疫情影响收入下滑。2、存货减值计提、其他非流动资产损益调整。3、收购的标的公司（玩偶一号）亏损。公司将从以下方面改善盈利能力：1、打造设备精品，提高设备竞争力和附加值；加强独家 IP 产品开发，提高其在销售总额中的占比以提升毛利率。2、加深市场研究，强化研发能力。3、加大推广，优化市场布局，尽快通过规模扩张使新业务板块达到盈亏平衡点。

11、公司的激光业务目前是什么样的状态

2020 年，激光业务的业绩因疫情影响下滑较大，公司采取了相应的应对措施：首先确保复工复产，完成在手订单交付；其次在产品上加强打磨，根据疫情期间出现的市场新变化快速改良产品或研发推新，进一步渗透细分市场需求，挽回及争取客户，最大程度减少受灾（疫情）影响。激光业务：围绕原有拳头产品，通过研发推出新产品、建立线上营销平台、实施产品组合销售策略来促进生产经营的恢复。报告期内，高功率大幅面光纤激光切割机、通用型光纤激光切管机、极小管光纤激光切管机、圆管专用光纤激光切管机、超长幅面激光裁床、超宽大幅面激光裁床、激光熔覆涂层加工及修复服务等产品对经营起到了有力地推动作用。2021 年一季度，新冠疫情的不利影响逐步减少，激光产品和 IP 衍生品的市场需求趋势向好，公司第一季度销售收入较上年同期有所增长。

12、公司盲盒里的产品，是自主设计，还是买版权

有自主设计，也有授权。关于盲盒产品，从 IP 分类上，我们分为三类（注：类别含义详见 2020 年年报的“释义”部分）。第一类是原创 IP；第二类是独家盲盒 IP，包括独家采买和独家性质 IP 授权，其中独家性质 IP 授权又分为签约外部设计师和签约外部 IP；第三类是非独家，主要分为采买和代销两种模式。

13、公司为何不能批量生产盲盒

公司无盲盒的生产制造工厂，盲盒批量订单通过 OEM 方式完成。

14、公司认为自己在 ip 盲盒方面有何竞争优势

至目前，在潮玩盲盒运营业务上，经过在 2020 年度收购玩偶一号，公司初步形成了 IP 运营的零售设备、IP 孵化运营、产品开发设计、线上线下渠道及粉丝运营的全链快速运营的结构，为后期在行业竞争中取得竞争优势打下了基础。虽然我们上中下游板块能独立运营，但尚未达到有效的协作共振，独家 IP 较少，销售收入及毛利率不够高，与同行业头部公司相

	比存在较大差异，未来存在较大的改进空间，后期公司在独家 IP 上的扩张，将有效提升毛利率水平。公司的数字技术应用能力走在同行前列，该优势有利于公司在规模扩张中用数字技术手段提升运营效率，如无人零售终端的软硬件均由公司自主开发，不仅数据为公司所使用，且在后台的技术升级上，可对数据采集、分析运营、仓储、配送、调拨、出库管理等流程与管理进行全系统技术链的不断升级，从而提升运营效率。公司的线下机器人商店的数量较多，其机器人由公司自产自销，成本低，未来将继续扩大铺设。 15、公司的数字激光装备制造业务板块这两年，特别今年有萎缩趋势，公司如何看待公司的主业的 2020 年较去年同期有所萎缩主要是受到年初武汉爆发的疫情影响。正常情况下，激光装备板块的营收规模是比较稳定的。从营收和利润占比的财务数据上看，激光板块为主业，其将继续实施“小而美、专精特”的发展路径，在现有应用细分中做深做精，同时，在激光乘智能制造 2025 东风的行业向好趋势下，对于新的应用领域提前进行产品研发，开拓新的市场。 16、版权费是十分昂贵的，公司有没有自主设计团队 公司有原创设计师团队，逐步充实过程中。在 IP 孵化方面，公司专门建立了设计中心并在上海建立了办事处，便于与签约设计师以及与该地区版权方进行交流，截止报告期末，已独家签约 41 位设计师与工作室，合作形式为盲盒款式独家，主要合约期限 4-5 年，期限内如果有其他盲盒款式，公司拥有优先合作权。 17、金属管激光器目前销量如何 公司目前无金属管激光器及销售。 18、请公司谈一下未来的发展战略，是否要在 ip 盲盒上面持续运营 公司的战略是从数字激光出发探索数字技术应用的商业化，IP 行业数字运营是金运新的利润增长点，未来将持续发力。 19、目前激光设备制造能给公司带来多少营收 2020 年，公司激光设备制造实现营业收入 12,143 万元，具体详见 2020 年年度报告。 20、公司在 3d 打印方面具体的合作领域都有哪些 3D 打印业务不是公司的主营业务。
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 5 月 14 日