

证券代码：301196

证券简称：唯科科技

厦门唯科模塑科技股份有限公司关于召开  
投资者关系活动记录表

编号：2022-001

<b>投资者关系 活动类别</b>	<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 type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>电话会议</u> ）
<b>参与单位名称 及人员姓名</b>	中信证券：马王杰、翟延杰、吕育儒、付田行 中庚基金：张传杰 信达证券：罗岸阳 浙商证券：王华君、史可凡、杨舒妍、何家恺 中英益利：郑向纯 中欧瑞博投资：孙清华 致顺投资：章健 长江养老：卢扬 源乘投资：周叶舟 五地投资：石康宏 上海递归私募基金：于良涛 浦银安盛：李浩玄 建信养老：黄子凌、刘洋 汇华：鲍宗禹 环懿投资：李海立 和谐汇一：云南 富国基金：郭舒洁 东方证券：沈昊 鼎晖：黄彦婕 淡水泉：原茵 宝盈基金：李巍宇 百泉汇中：郭志强 安信：曾博文
<b>时间</b>	2022年1月24日下午、2022年1月25日、2022年1月26日上午

地点	公司会议室
上市公司 接待人员姓名	<p>公司董事长、总经理：庄辉阳</p> <p>公司董事、营销总监：王燕</p> <p>公司财务总监：周镇森</p> <p>公司董事会秘书、副总经理：罗建文</p>
投资者关系活动 主要内容介绍	<p><b>一、介绍公司及行业基本情况</b></p> <p>唯科科技专业从事于精密注塑模具的研发、设计、制造和销售业务，并拓展至注塑件以及健康产品的生产和销售业务，已发展成为“模塑一体化”规模生产企业，致力为汽车、医疗、电子、工业用品等制造企业提供优质的产品与服务。公司通过多年的生产实践，已经掌握了精密注塑模具设计和制造以及注塑成型的核心关键技术，积累了丰富的生产实践经验，同时公司直接或间接为全球 500 强企业客户提供产品解决方案和最终产品。</p> <p>自成立以来，公司始终以精密注塑模具为核心业务，在做大做强核心业务的同时，积极拓展产业链条，将业务延伸至下游的注塑件和健康产品领域。为加强与国际先进水平接轨，实施制造和服务本地化策略，2018 年公司在德国建设海外生产基地，开启全球化经营布局；2019 年公司在马来西亚建设生产基地，全球化经营布局进一步扩张。通过多年创新发展，公司已进入“多样化产品组合、多元化应用领域、全球化市场布局”的全面发展阶段并成长为规模较大的模塑一体化高新技术企业。</p> <p>唯科专注以技术创新驱动企业成长，唯科集团目前拥有专利超 300 项（其中已授权发明专利 20 项），厦门唯科先后被评为“中国精密注塑模具重点骨干企业”、“高新技术企业”、福建省“省级工业设计中心”和“国家企业技术中心”等荣誉，现已成为国内领先、国际知名的精密注塑模具企业之一，是福建省模具行业的代表性企业。</p> <p><b>二、提问交流环节</b></p> <p><b>问题 1. 公司主营业务收入占比情况</b></p> <p>回复：公司 2021 年主营收入按行业分类大概占比：模具 20%左右、注塑件：50%左右、健康家电 30%左右。按下游应用行业分类大概占比：健康家电 30%左右、电子行业 30%左右、汽车行业 20%左右、其余行业 20%左右。</p> <p><b>问题 2. 公司 2020 年和 2021 年收入大幅增长的原因</b></p> <p>回复：一方面，公司注塑件主要应用在汽车、电子、家居等高端制造领域，生命周期较长，原有产品的销量爬坡叠加新产品收入增加，</p>

公司注塑件收入呈现平稳增长的态势；另一方面，健康家电产品经过多年培育，不断推出爆款产品，收入快速增长。

### **问题 3. 公司扩产计划和募投项目进展如何**

回复：公司两大生产基地募投项目：位于厦门的智能制造项目和位于泉州的高端智能模塑科技产业园项目均已封顶，现处于内部装修阶段，预计将于今年第二季度投产。

### **问题 4. 去年在原材料和海运费大幅涨价的情况下，公司毛利率如何维持毛利率的基本平稳**

回复：1) 供应链上：公司在大宗采购上一般会签订长期合约，锁定采购价格；2) 客户产品价格上：公司主要采取成本加成的定价策略，在原材料大幅上涨情况下，公司与客户有一定议价空间；3) 生产效率上：公司不断加大自动化、智能化的投入，生产效率逐步提高。4) 公司与海外客户主要是以 FOB 贸易模式进行交易，海运费的大幅涨价对公司影响不大。

### **问题 5. 公司未来三年的发展规划，是否有建设自有品牌的计划**

回复：公司将进一步强化模塑一体化制造平台的先天优势，专注制造业，通过 ODM 深化与第三方品牌的合作，加大对健康家电、汽车功能结构件和医疗行业的投入力度，进而实现公司的高质量发展。

### **问题 6. 公司主要竞争对手和核心竞争力**

回复：注塑模具及注塑件是非标准定制化产品，在注塑模具设计、制造过程中需要不停地和客户沟通技术细节，其中涉及各个应用领域、各个客户的很多不同 Know-How。如注塑模具及注塑件规模最大的下游应用领域汽车行业，其应用细分众多，产品重叠小，不同细分领域供应商准入门槛存在较大差异。因此，不同的规模性模塑企业都有各自擅长的领域、细分行业，甚至具体的产品类型，他们之间的同质化竞争较小。

核心竞争力主要体现在如下方面：1) 强大的模塑一体化制造平台，主要体现为国内领先、国际先进的模具技术能力和 400 多套注塑成套设备加持的科学注塑水平；2) “产品设计-模具-注塑-总成-产品销售”全产业链无缝并行对接，实现产品落地时间更快，成本更低的高性价比产品；3) 公司具备较好的业务拓展能力并拥有一批高质量的行业知名客户或全球 500 强企业客户，如汽车领域的均胜电子、施耐德博士

	<p>集团、艾福迈集团、麦格纳集团等，电子领域的康普集团、盈趣科技等，医疗领域的丹纳赫集团、GN 集团、安保集团等，家电领域的晨北集团、历德集团等；4) 公司布局了个性化消费、时尚小家电赛道，持续不断推出爆款产品，过去三年家电板块营收复合增速 54%，有望持续放量。</p> <p><b>问题 7. 公司营收达到一定规模后面临的管理风险</b></p> <p>回复：公司于 2018 年开始推动数据化经营管理，以日报表、周报表、月报表的形式对资金、营收、成本、利润、生产各环节的控制要点数据进行跟进并实时管控，通过横向和纵向的比较有效促进了各公司生产和经营效率，为公司的可持续发展保驾护航。</p>
<p><b>附件清单 (如有)</b></p>	<p>无</p>
<p><b>日期</b></p>	<p>2022 年 1 月 26 日</p>