

证券代码：002925

证券简称：盈趣科技

厦门盈趣科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-002

投资者关系活动类别	<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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 线上会议
参与单位名称	嘉实基金、南方基金、人保资管、融通基金、聚鸣投资、Alpines Capital、北部湾财险、创金合信基金、丹羿投资、德邦基金、德邦证券、高毅资产、光证资管、国海证券、国金证券、国君资管、国盛证券、国元证券、弈宸私募、和德投资、和谐汇一资产、恒识投资、华夏财富创新投资、幻方私募、汇安基金、汇丰晋信基金、汇添富基金、混沌投资、九泰基金、开源证券、冰河资产、宽远资产、上海证券、金泊投资、彤源投资、溪牛投资、相聚资本、新华基金、信璞投资、兴业证券、易米基金、银河国际、长江证券、招商基金、物产中大、浙商证券、中金公司、中泰证券、中信建投基金、中信证券、中信资管等 51 家机构。
时间	2023 年 04 月 29 日下午 15:00—16:30
地点	厦门市海沧区东孚西路 100 号盈趣科技创新产业园
上市公司接待人员姓名	当值总裁杨明，董事会秘书、财务总监李金苗，证券事务代表高慧玲，董事会办公室沈念、许丽花
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司董事会秘书对 2022 年年度及 2023 年第一季度经营情况及财务状况进行汇报。</p> <p>二、公司领导就以下问题与投资者进行沟通交流。</p> <p>1.家用雕刻机业务的需求弹性比较大，公司如何判断该业务未来的发展趋势？</p> <p>回复：根据家用雕刻机客户公开披露的数据可知，2022 年度该客户机器收入及耗材收入有较大幅度的下滑，分别同比下降了 54% 和 35%，但是其订阅服务收入同比增长了 32%。从用户数上看，</p>

2022 年该客户总用户数达 790 万，同比增长 23%，其中付费用户数达 260 万，同比增长 28%。由此可见，该业务下滑的主要原因在于经济环境的变化，2022 年随着国外疫情管控逐步放开，市场需求有所减弱。2021 年因物料和芯片短缺、供应链紧张、对市场的乐观预期等因素，客户备货较多，导致 2022 年库存较高。2022 年，该客户及其渠道均处于消化库存的阶段，该客户在公开披露的信息上表示，2023 年库存将回到一个比较健康的状态。

从经营趋势上看，家用雕刻机客户拥有良好的盈利模式，已经建立覆盖产品、耗材及内容为一体的产品和服务生态，且该客户的用户数和付费用户数都是在持续增长的，产品也符合国外的个性化需求。此外，家用雕刻机系列产品市场空间广阔，市场渗透率较低，该客户还在不断拓展国际市场，目前已在全球 40 多个国家或地区销售。随着库存不断去化、未来宏观环境的好转，我们仍然看好其未来发展前景。

2、在一季度的经营情况确定的情况下，各业务板块的增长预期是否发生变化，能否具体分享一下最新的增长预期？

回复：（1）家用雕刻机业务受到库存以及北美通货膨胀高企的影响，公司预期该业务 2023 年回到以往水平的可能性较小，保持一个相对稳定的状态是一个比较合理的判断。（2）2022 年电子烟业务表现不错；2023 年 Q1 电子烟核心模组主要处于爬坡阶段，收入增长贡献还没有明显体现出来。目前该产品国内外生产线均已投产，预计 Q2 收入贡献将会更大一些。公司于 2022 年争取到了电子烟客户的整机项目，实现了从开发设计→精密塑胶部件→核心部件→整机组装的全产业链垂直整合，整机项目预计将于 2023 年 Q3 量产。随着电子烟核心部件的稳定量产及整机项目研发量产进度的持续推进，预计 2023 年电子烟业务会占到公司整体收入的 20%以上。（3）电助力自行车业务 2022 年实现快速增长，2023 年 Q1 同比有所下滑。根据与客户的沟通得知，目前客户库存相对较高，客户在阶段性的控制出货，预计 5 月份会逐步恢复出货，总的来说，

该业务 2023 年会比 2022 年差一些。(4) 汽车电子业务于 2022 年度及 2023 年 Q1 都取得了不错的增长。得益于汽车电动化、智能化、联网化的发展趋势，汽车电子行业迎来较多的发展机会，目前汽车电子的需求还是比较大的。整个汽车行业特别是新能源汽车的快速发展使得汽车电子行业的需求也在日益增加，汽车电子在整车中的成本占比也在持续增长。公司深耕汽车电子多年，专注于自身熟悉的领域，在技术、产品、研发上有了一定的积累，电子防眩镜、天窗控制及座椅控制等智能控制模块产品的市场份额也在持续提升，智能座舱亦已顺利量产。2023 年公司将加大在长三角的投资布局，在上海积极布局汽车电子业务的研发、制造及市场中心，整合和集中各方资源和能力，提升汽车电子业务的综合竞争力。基于产业聚集效应以及资源的整合，我们认为未来会有更多的机会。(5) 水冷散热控制系统业务和健康环境业务 2022 年下降幅度较大；2023 年 Q1 都有明显的恢复。从目前情况来看，水冷散热控制系统客户的订单情况是有在逐步改善的，预计 2023 年会有一定的增长。关于健康环境业务，原有客户的库存在逐步去化，目前还有不少新客户的产品正在打样，除此之外，健康环境在 2022 年也拓展了一些新的品类，例如净水器等。综合来看，2023 年健康环境业务也将得到较好的修复。(6) 在工控领域，公司与该领域重要客户合作的产品较多，包括视频会议系统、演示笔、网络摄像头以及键盘等，与该客户的合作在 2022 年实现了较好的增长。2023 年，公司与该客户在 Gaming 和 VC 领域合作的产品增长相对比较确定，随着后续一些单体价值量高的项目陆续量产，预计 2023 年将实现较稳定的增长。

3. 2023 年 Q1 环比呈现出较大的压力，公司毛利率主要受什么因素影响，对未来毛利率有何预期？

回复：公司毛利率是多方面因素共同作用的结果，影响因素主要如下：(1) 汇率的影响。2022 年汇率的变化对毛利率的正向影响还是比较大的，2023 年 Q1 汇率水平对毛利率的贡献较小。根据

2022 年全年平均汇率及 2023 年 Q1 的汇率水平综合判断，我们预计 2023 年汇率条件不会太差。（2）产能利用率的影响。2022 年公司在智能制造基础设施投入较多，海外智造基地在建设二期厂房，固定费用升高。此外，2022 年营收下滑，不能充分分摊固定费用，产能利用率下降，导致毛利率有所下降。预计随着 2023 年营业收入的改善，毛利率会有一定程度的回升。（3）产品结构的影响。随着公司其他业务的快速发展，公司毛利率较高的产品占比有所下降，对毛利率有一定的负向影响。

总体来说，毛利率是一个多重因素综合影响的结果，公司 2023 年整体毛利率预计会有所下降，但仍将处于相对不错的水平上。

4. 公司工控领域的重要客户在全球及国内范围都有裁员动作，这对公司与该客户的合作是否会产生压力？

回复：目前来看，公司与该客户的合作相对比较稳定，我们主要是和该客户的 Gaming 和 VC 事业部合作，我们与客户合作的这几个事业单元人员是比较稳定的。

5、公司是否考虑加大汽车电子产品的生产线，或者通过投并购方式扩大业务规模？

回复：公司进入汽车电子领域多年，早期主要是在商用车领域，例如与“三龙一通”等合作；2019 年开始加大在乘用车领域的布局，目前乘用车领域收入占比达到汽车电子整个业务的 80%左右。公司目前主要是在为多家新能源车厂提供电子防眩镜及智能控制模块等产品及服务；与此同时，我们也在加大智能座舱的研发力度，今年也已经有产品量产交付了。此外，公司今年将重点建设上海汽车电子智造基地，也在通过招商盈趣产业基金投资积极布局汽车电子产业链上下游。因汽车电子领域不同于一般的消费电子领域，不是单靠投资就能拉动发展，还需要研发能力、制造能力、质量控制能力、客户资源以及各种资质等共同驱动才能快速发展的业务。从目前来看，汽车电子业务是公司未来几年重点发展和培育的一个业务板块。

6、公司每年的分红比例都比较高，这样的分红是否可持续？

回复：公司的分红政策主要是因为公司一直秉持积极回报投资人的经营理念，公司上市前也一直都实施较高比例的现金分红。分红政策是否可持续与当年可实现的利润有关，基于公司目前的发展情况来看，我们暂时没有这方面的担忧。

7、电子烟整机业务落地后，公司会不会面临与一级供应商产生竞争的问题？

回复：公司与一级供应商竞争这个问题并不是未来整机落地才会面临的，过去十余年里就一直面临着竞争。事实上，一级供应商都有配套的生产零部件的车间，所以有部分精密塑胶部件也是他们自给自供的。但是多年来，我们在精密塑胶部件上基本上都有一个比较好的占有率。公司不害怕竞争，我们追求的是合作共赢。公司在介入核心组件以及整机生产后，竞争有可能会变得更加激烈。但是公司与电子烟客户合作多年，从一个仅提供精密塑胶部件的供应商到整个产业链都能全面配合的供应商，我们没有理由害怕竞争。

8、公司三大智造基地的定位与分工是怎么样？过去一年外部环境变化较大，海外智造基地的成本与最初的预期是否发生变化？

回复：（1）公司是从 2016 年开始进行国际化布局的，马来西亚智造基地最初主要承接的是受中美贸易摩擦影响的业务，目前还会承接一些偏向在北美交付产品的客户的业务。除了承接上述的业务之外，马来西亚也在积极开拓医疗器械、食品等领域的业务。近期，公司与新加坡的一家设计公司达成了战略合作关系，该公司主要负责一些医疗及食品领域产品的设计，马来西亚智造基地负责将这家公司设计的一些产品生产出来。此外，我们还将加快供应链本地化开发的节奏，与更多的供应商一起建设马来西亚智造基地，形成聚合效应。

近两年受俄乌战争的影响，欧洲人目前尤其重视能源的使用，特别是家里是否有能源，例如家里能否太阳能发电、家中是否有逆

变器将直流电变成交流电等，这是一个非常大的变化。因此匈牙利智造基地除了承接部分欧洲客户的产品之外，它将重点布局在新能源领域，例如光伏、逆变器领域等，目前也已经与一些客户在谈合作，并取得了一定的突破。

国内的智造基地主要包括厦门、漳州和上海三个基地。厦门作为总部，大部分的研发人员还有整个集团的管理人员都会集中在这里。另外，厦门会承接部分无需到海外生产的产品及国内客户产品的研发与生产，例如智能家居、智能制造整体解决方案等；漳州智造基地主要负责健康环境产品的生产等；上海将重点布局汽车电子领域的产品。

(2) 从成本的角度来看，马来西亚的人工成本会比厦门低一些，但效率也会比厦门低一些，综合来看，马来西亚智造基地目前的成本和效率与厦门智造基地差不多。匈牙利的人工成本会比厦门高一些，但是在欧洲相对来说仍然是有竞争力的。自俄乌战争以来，欧洲的客户越来越在意产品能否在欧洲生产，所以公司选择在匈牙利进行生产，对客户来说是一个很好的成本解决方案。

9、简述对公司未来的展望，作简单小结。

回复：2023 年，国际环境依然复杂，充满着各种不确定性因素，尽管个别的客户产品遭遇下行，但是大部分的产品和业务都处于上行的通道中，对于未来，我们仍然充满信心。目前公司的客户结构更加健康、产品结构也日益丰富，对于未来发展情况做如下简要分享：

(1) 在 UDM 智能制造方面：①家用雕刻机受终端消费需求下降及客户去库存等因素影响，短期业绩有所承压。但是该客户拥有良好的业务模式，持续增长的用户群体，日益丰富的产品线及持续有效的国际市场拓展等，我们相信家用雕刻机系列产品仍然拥有良好的发展前景。②公司为电子烟客户提供电子烟精密塑胶部件，与客户开展电子烟核心部件的合作已实现量产，预计 2023 年会有不错的收入贡献，电子烟整机业务也将于 2023 年 Q3 量产，该业

	<p>务增长可期。③在工控领域，我们与工控领域重要客户在 Gaming 和 VC 领域合作的产品也非常值得关注，这是客户重点发展的领域。目前已有新项目在洽谈，随着后续一些单体价值量高的项目陆续量产，预计今年将有不错的业绩表现。④在电助力自行车领域，2022 年该业务增长势头很强劲，2023 年也将开展新项目的合作，公司与该客户的合作将持续深入。⑤此外，随着公司国际化等各方面能力的提升，公司在一些国际新客户的拓展方面也取得了较大的突破，例如食品领域、医疗领域、户外用品领域等，部分产品处于试产阶段，部分产品已经小批量量产。</p> <p>（2）汽车电子业务方面，我们将持续优化车身的控制部件、防眩镜等核心产品，积极开展域控制及智能座舱领域的研发工作，智能座舱已经开始量产交付。目前来看，未来汽车电子这块业务的增量是值得期待的。</p> <p>（3）健康环境业务及水冷散热系统业务，虽然 2022 年受到疫情以及海外宏观环境的影响下滑幅度较大，但是就 2023 年 Q1 的表现及订单情况看，这两块业务都已实现较明显的恢复，我们预期健康环境业务及水冷散热系统业务 2023 年将实现快速的增长。</p> <p>（4）智能制造整体解决方案领域，公司在新能源领域及 3C 行业大客户合作拓展中取得一定的突破。</p> <p>此外，公司将持续打造全球化研发团队，积极引进高精尖人才及各类技术人才，优化研发队伍人才结构以适应项目需求，推进组织和人才进阶，着力打造“潜水艇”中台，筑高技术门槛；公司成立的 Global marketing 将持续整合全球的市场业务资源，优势互补，资源共享，主动出击，争取业务合作机会；公司将继续推进国际化战略布局，持续开展全球三地产业园的基础设施、智能化和信息化建设升级，不断优化软硬件条件，提升生产运营效率，积极打造国际化的智能制造体系。</p>
附件清单（如有）	不适用
日期	2023 年 04 月 29 日