

证券代码：301022

证券简称：海泰科

青岛海泰科模塑科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-060

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他：
参与单位名称及人员姓名	东方财富证券：刘斌、贾国琛 中国国际金融股份有限公司：范建岐、匡静兰 西南证券：马嘉程 益安资本：普乐请、张伟
时间	2023年6月6日 15:00-17:00
地点	青岛市城阳区棘洪滩街道锦盛二路66号
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理：孙文强先生 财务总监兼董事会秘书：梁庭波先生 证券事务代表：魏秋香女士
投资者关系活动主要内容介绍	见下文
附件清单(如有)	无
日期	2023年6月7日

投资者关系活动主要内容介绍:

1、了解公司产品，公司发展历程、实控人背景及战略规划。

答：(1) 公司产品、发展历程

公司创立于 2003 年，注册资本 8320 万元，公司主要从事汽车注塑模具及塑料零部件的研发、设计、制造和销售。公司现有 3 家子公司，海泰科模具成立于 2004 年 1 月，主要从事注塑模具及塑料零部件的研发、设计、制造和销售，主要产品为汽车内外饰注塑模具，系公司的主要生产经营基地，主要承担公司的生产经营职能。泰国海泰科成立于 2019 年 7 月，系公司的海外生产经营基地，主要承担公司在泰国的生产经营业务，主要生产产品为塑料零部件。海泰科新材料成立于 2022 年 8 月，主要从事高分子新材料的研发、制造和销售。

公司专注于汽车注塑模具的研发、生产和销售近 20 年，公司是延锋（Yanfeng）、佛吉亚（Faurecia）、埃驰（IAC）、劳士领（Röchling）、萨玛（SMG）、彼欧（Plastic Omnium）、格拉默（GRAMMER AG）、安通林（Grupo Antolin）、麦格纳（Magna）、安道拓（Adient）等国际知名汽车内外饰件企业的模具供应商。公司产品已广泛应用于通用、大众、奥迪、奔驰、宝马、保时捷、雷诺、福特、克莱斯勒、捷豹路虎、沃尔沃等国际知名品牌；上汽通用、一汽大众、一汽奥迪、广汽菲克等合资品牌；长城、长安、吉利、奇瑞等国内主流自主品牌，以及理想、小鹏、前途、蔚来、Rivian、高合、比亚迪、吉利、问界等新能源汽车品牌。公司连续九年获评上汽通用的最佳或优秀模具供应商、连续多年获评一汽大众的“A 级模具供应商”或“众创楷模”奖、2016 年起成为 Faurecia 的“全球战略供应商”、连续多年获评 IAC 的“年度优秀供应商”和“最佳质量奖”，近年来，公司获评中国模具工业协会颁发的“中国大型精密注塑模具重点骨干企业”、“优秀模具供应商”、“中国模具出口重点企业”等诸多荣誉奖项。

(2) 实控人背景

公司实控人、董事长兼总经理孙文强先生，1972 年出生，硕士研究生学历，材料加工工程专业，高级工程师，接受系统专业化训练，同时有较长时间与材料相关的教学、社会任职经历，熟悉改性塑料相关的专业知识、拥有丰富的改性塑料材料生产及销售经验，通过青岛市科技局的选拔，为 2022 年度青岛产业领军人才。现任青岛市城阳区工商业联合会（总商会）副主席、副会长。

公司实控人、董事兼副总经理王纪学先生，1971 年出生，本科学历，金属材料及热处理专业，高级工程师，1994 年 7 月至 2003 年 10 月历任青岛海尔模具公司 CAD/CAM 工程

师、C3P 技术中心副主任、质量部、制造部、项目部、采购部部长； 2003 年 10 月起与公司孙总共同创办青岛海泰科塑胶有限公司（上市公司前身），拥有丰富的、专业的注塑模具研发、设计、制造经验，为公司核心技术人员。

（3）公司战略规划

未来三年，公司将充分发挥自身在研发、设计、品质、服务、生产管理、客户资源、系统解决方案等方面的优势，一方面继续深耕注塑模具行业，另一方面积极开拓高分子新材料行业，持续开展技术创新，加强客户协同研发，不断提升服务水平，积极开拓市场，加快扩大规模，发展全球优质客户，完善全球市场布局。

2、介绍公司 2022 年度业绩情况，了解 2023 年经营指引，譬如在手订单、板块的增速预期(注塑模具)等。

答：2022 年，国际局势依旧错综复杂，中国经济复苏进程延缓，全年呈弱企稳态势。国内宏观因素的变化对汽车产业链产生了较大的影响，行业竞争加剧，叠加物流不畅导致交货延迟及部分项目延后，公司业绩受到一定影响。2022 年，公司实现营业收入 50,031.89 万元，较上年同期下降 15.53%；实现归属于上市公司股东的净利润 5,436.60 万元，较上年同期下降 9.88%；实现扣除非经常性损益的净利润 3,783.29 万元，同比增长 17.27%。其中，新能源汽车模具收入为 4,382.23 万元，同比增长 49.63%，占营业收入的 8.76%，同比增长 3.82%。

2022 年末，公司注塑模具在手订单为 66,618.64 万元，其中新能源汽车注塑模具在手订单为 16,328.63 万元，传统燃油车注塑模具在手订单为 50,290.1 万元。2023 年 3 月末，注塑模具在手订单为 74,925.47 万元，其中新能源汽车注塑模具在手订单为 18,372.67 万元，传统燃油车注塑模具在手订单为 56,552.80 万元。随着汽车改型换代加快、新能源汽车的蓬勃发展，公司迎来了发展的机遇期，近几年公司在手订单逐年增多，随着募投项目的建成，公司的产销量将大大提高，预计 2023 年营业收入同比增长 10%-25%，净利润同比持平。

3、营收及利润的主要驱动力解读。

答：（1）根据中国汽车工业协会统计，2022 年中国乘用车产销分别完成 2383.6 万辆和 2356.3 万辆，同比分别增长 11.2%和 9.5%。2022 年中国新能源汽车产销量分别达 705.8 万辆和 688.7 万辆，同比分别增长 96.9%和 93.4%。中国连续 14 年稳居全球第一。基于我国庞大的人口基数和较低的人均汽车保有量，未来我国有望长期保持全球第一大汽车产销国地位。

中汽协预计 2023 年中国乘用车市场保持 3% 的增长。从全球市场来看，2021 年全球汽车产销量分别为 8,015 万辆和 8,268 万辆，总体保持平稳。其中中国、欧洲和北美地区是全球三大汽车产销地，合计约占全球的 70%。以印度为代表的新兴市场正处于快速发展阶段，未来有望带来更多的汽车消费增量需求。汽车工业庞大的产销规模为上游汽车模具行业提供巨大的市场空间。

(2) 伴随人们消费水平的不断提升，消费者对汽车的功能性需求不断增加，各汽车生产商纷纷加快了新车型的推出速度，缩短了旧车型的升级改款周期。新车型的开发周期已由原来的 4 年左右缩短至 1-3 年，旧车改型周期也由原来的 6-24 个月缩短到 4-15 个月。无论是新推出车型还是旧车型改款，往往都涉及到汽车内外饰件的整体或部分更新，而这些更新都需要定制相应的汽车内外饰模具，因此新车型开发与旧车型改款速度的加快为汽车内外饰模具行业的发展提供了巨大的市场需求与发展空间。

(3) 据统计，在一款新车中，需要汽车注塑模具约 500 套，在汽车工业发达国家中，注塑模具在汽车模具中的占比达到 60%，就国内而言，目前国内汽车轻量化程度相比国外还处于较低水平，注塑模具占比不足 40%，大幅低于国外的 60%，但这也预示着注塑模具在汽车行业中的应用仍有较大提升空间。

(4) 伴随市场的成熟，中国模具到了一个由大到强的转变，随着汽车网联化、电动化、轻量化和智能化的发展，汽车厂家推出新品的速度加快，“起跑即冲刺，开局即决战”的快节奏开发模式要求供应商在“专、精”领域的要求越来越高，市场资源越来越向行业头部企业聚集，新进的竞争者往往因为缺乏相应案例、标准和管理经验，获客机会在减少。根据中国模具协会相关数据统计，在中国模具企业队伍中，占比 1% 不到的“重点骨干企业”和“出口重点企业”创造了中国模具近 20% 的销售总额。而在国际上，在德国 5000 家模具企业中的 100 家相对较大规模的企业实现了德国 90% 的模具产值；20 人以下的模具企业占 90% 以上，且为 100 家模具企业配套，形成了竞争有序，互补支撑的健康产业模式。在日本也是如此。近年来，海泰科获得中国模具工业协会颁发的“中国大型精密注塑模具重点骨干企业”、“优秀模具供应商”、“中国模具出口重点企业”等诸多荣誉奖项。

(5) 公司凭借强大研发实力、领先的技术水平、严格的质量管控和良好的服务获得数量庞大的稳定、优质客户群体。公司是延锋 (Yanfeng)、佛吉亚 (Faurecia)、埃驰 (IAC)、劳士领 (Röchling)、萨玛 (SMG)、彼欧 (Plastic Omnium)、格拉默 (GRAMMER AG)、安通林 (Grupo Antolin)、麦格纳 (Magna)、安道拓 (Adient) 等国际知名汽车内外饰件企业的模具供应商。公司产品已广泛应用于通用、大众、奥迪、奔驰、宝马、保时捷、雷诺、

福特、克莱斯勒、捷豹路虎、沃尔沃等国际知名品牌，上汽通用、一汽大众、一汽奥迪、广汽菲克等合资品牌，长城、长安、吉利、奇瑞等国内主流自主品牌，以及理想、小鹏、前途、蔚来、Rivian、高合、比亚迪、吉利、问界等新能源汽车品牌。经过近 20 年的不懈努力，公司在汽车模具行业树立了良好的品牌形象：公司连续多年获评上汽通用的“最佳或优秀模具供应商”和一汽大众的“A 级模具供应商”；2016 年起成为 Faurecia 的“全球战略供应商”；连续多年获评 IAC 的“年度优秀供应商”和“最佳质量奖”。

(6) 未来，伴随高分子新材料项目建成投产，公司将深度开发客户需求，从前期项目设计、中期模具试模和后期塑料零部件量产三大业务场景切入客户需求，为客户提供从模具定制到塑料零部件原材料供应的全方位解决方案，这既可以为客户减少项目开发成本，也可以缩短项目开发周期。这种模塑一体的差异化服务立足于汽车模具行业、占据独特竞争优势，提高了海泰科在市场上的竞争力。

4、公司产品及所在的行业技术是否有迭代，未来的发展方向？

答：首先，公司模具产品为定制产品，产品的生命周期基本服从于客户产品的生命周期设计。在居民消费能力不断提高的前提下，人们的消费观念和审美追求也在不断转变，使得一款车的畅销期逐渐缩短。为了更好地满足消费者需求，获得市场认可，从而在激烈的市场竞争中获取更大的市场份额，汽车生产商纷纷加快了新车型的推出速度，缩短了旧车型的升级改款周期。新车型的开发周期已由原来的 4 年左右缩短至 1-3 年，旧车改型周期也由原来的 6-24 个月缩短到 4-15 个月。无论是新推出车型还是旧车型改款，往往都涉及到汽车内外饰件的整体或部分更新，而这些更新都需要定制相应的汽车内外饰模具，因此新车型开发与旧车型改款速度的加快为汽车内外饰模具行业的发展提供了巨大的市场需求与发展空间。

其次，生产模具产品所需的技术进步是个渐进的过程，不存在明显的技术迭代问题，基本的技术创新围绕产业的更加高效、更加节能，以及加工精度更加可靠稳定这几个方向，技术进步与迭代以适应新材料和新工艺，实现与满足客户产品于体验为主。

具体到设备方面：模具加工行业基本为通用加工设备，伴随着一些自动化、信息化和智能化程度的提高，有设备逐渐被淘汰。模具产品朝着“快速开发、高精度和提高自动化和智能化”的方向建设产品开发制造体系，低效、低精度和高能耗的设备会被有序有更新，公司在发展过程中存在持续的技改投入。

新产品研发是企业在激烈的技术竞争中赖以生存和发展的必要条件，公司以产品和技术创新为核心，以市场需求为导向，形成了以自主研发为主、合作研发为辅的研发模式，建立

了较为完善的研发管理体系、研发投入核算体系和研发人员培养体系。公司拥有山东省企业技术中心，青岛市企业工程中心，目前正在申报国家重点实验室。

公司自主研发一般流程为业务部门获得客户需求后提起研发需求，或者制造部/技术部提起研发需求，技术部接受研发任务后，根据研发需求分配研发人员，设计完毕后，客户提出的研发需求经客户代表、业务部、技术部、制造部共同评审通过后，下达给制造部进行生产；制造部及技术部提起研发需求，需经技术部、制造部共同评审通过后，下达给制造部进行生产。与此同时，公司积极和各大院校开展产学研合作，制定了《产学研合作管理制度》，以加强公司与科研院校的产学研合作力度，提高公司自主创新能力，提升公司核心竞争力。公司不断实现产品和技术的创新以满足客户需求，进而开拓新市场、提高经济效益。

公司通过前期的 CAD\CAE 软件进行模拟分析，优化模具结构，减小模具的重量，降低模具成型周期，减少模具制造和使用过程中的能耗。例如设计中选择高效散热的材料和 3D 打印材料，结合 Moldflow 软件进行模拟分析，降低了成型周期，提高了产品质量，有效地减少模具制造和使用过程中的能耗。公司研发出模流工艺直接转换为注塑工艺的流程和方法，将前期 CAE 验证过程中的优化结果直接转换成实际试模的注塑工艺，避免了生产中的缺陷，降低了调试时间和能耗，快速生产出合格的产品。

公司在研发新工艺，新技术方面投入了很大的资金和人力，例如双色、高光、微发泡、模内装配等技术，将之前的多个工序的工作合并到一个工序，提高了生产效率和产品质量，有效地降低能源的消耗和排放，公司在节能减排方面拥有多项专利，例如：

CN202220209759.0 一种用于轮毂挡泥板和地毯一体成型的注塑模具

CN202023340759.4 一种模内压缩双色注塑模具

CN202023344447.0 一种模内装配注塑模具

CN201810017128.7 注塑模具水路封堵的外观面处理工艺

CN201822248818.1 汽车薄壁门板注塑模具……等。

5、公司产品的定价和原材料控制情况。

答：公司主要产品为注塑模具。公司采用“以销定产”的生产模式。但由于模具为非标准化定制产品，产品因客户的需求而存在较大差异，导致产品设计结构、加工工序及复杂程度、加工时间各不相同，单件产品生产所需耗用的时间、占用的设备及人员也存在较大的差异，因此，不同模具的单位售价差异较大。目前公司已有完善的报价体系，具有所销售产品的完整销售定价权，定价方式为成本加合理的利润。

公司生产所需的主要原材料为模板、模架、热流道等，市场整体供应充分，能够满足公司生产经营需求；其他辅料货源充足，采购渠道众多，供应稳定。公司已拥有比较完善的供应商管理体系，与主要供应商之间形成了良好稳定的合作关系。公司采取自主选择供应商与客户指定供应商相结合的方式采购。

6、公司的产能是如何布局的？IPO 和转债融资后，关注大型精密注塑模具项目和 15 万吨高分子新材料项目的产能排产情况。

答：截至目前，公司首发募投“大型精密注塑模具项目”已经陆续开始投产，达产后产能预计在当前基础上增长一倍，2023 年预计公司模具总产量在 700 套左右，2024 年及以后年度模具产量将稳步增长。

“年产 15 万吨高分子新材料项目”计划总投资 50,315.59 万元，该项目建设期 2 年，第三年开始试生产，达到设计产能的 60%，第四年达到设计产能的 80%，第五年完全达产。项目完全达产预计每年实现销售收入 174,500.00 万元，净利润 7,315.04 万元。该项目与公司既有业务面向同一客户群体和目标市场，在市场营销、客户渠道上可以进行资源共享和二次开发，未来目标客户主要以现有客户为主，同时兼顾开拓新客户，消化该募投项目产能。本次募投项目目前已积累了部分意向客户，并与部分目标客户签署了框架合作协议，意向采购额合计 11,750 万元。

7、汽车注塑模具的行业格局及公司未来业务展望。

答：伴随市场的成熟，中国模具到了一个由大到强的转变，随着汽车网联化、电动化、轻量化和智能化的发展，汽车厂家推出新品的速度加快，“起跑即冲刺，开局即决战”的快节奏开发模式要求供应商在“专、精”领域的要求越来越高，市场资源越来越向行业头部企业聚集，新进的竞争者往往因为缺乏相应案例、标准和管理经验，获客机会在减少。

根据中国模具协会相关数据统计，在中国模具企业队伍中，占比 1% 不到的“重点骨干企业”和“出口重点企业”创造了中国模具近 20% 的销售总额。而在国际上，在德国 5000 家模具企业中的 100 家相对较大规模的企业实现了德国 90% 的模具产值；20 人以下的模具企业占 90% 以上，且为 100 家模具企业配套，形成了竞争有序，互补支撑的健康产业模式。在日本也是如此。近年来，海泰科获得中国模具工业协会颁发的“中国大型精密注塑模具重点骨干企业”、“优秀模具供应商”、“中国模具出口重点企业”等诸多荣誉奖项。

未来三年到五年，公司将充分发挥自身在研发、设计、品质、服务、生产管理、客户资

源、系统解决方案等方面的优势，一方面继续深耕注塑模具行业，另一方面积极开拓高分子新材料行业，持续开展技术创新，加强客户协同研发，不断提升服务水平，积极开拓市场，加快扩大规模，发展全球优质客户，完善全球市场布局，努力成为全球领先的模塑品牌企业。

将来，伴随新材料项目建成投产，公司将深度开发客户需求，从前期项目设计、中期模具试模和后期塑料零部件量产三大业务场景切入客户需求，为客户提供从模具定制到塑料零部件原材料供应的全方位解决方案，这既可以为客户减少项目开发成本，也可以缩短项目开发周期。这种模塑一体的差异化服务立足于汽车模具行业、占据独特竞争优势，提高了海泰科在市场上的竞争力。具体表现为：

（1）生产制造方面：在公司的核心业务模具生产制造方面，公司将继续实施技术升级和规模扩充。公司将以智能制造技术为主攻方向，实施大数据建设及云平台探索，加强客户数据交互和远程运维探索，以工业互联网为新动能来推动模具生产制造加快向数字化、网络化、智能化升级，大幅提升产品品质、生产效率和装备、工艺和管理水平。在公司新开拓的高分子新材料项目方面，公司将新增改性塑料的生产加工能力，努力满足下游客户对“模塑一体化”、“一站式采购”的服务需求，提高模具开发的针对性和适用性，增强公司的竞争力。

（2）技术开发和创新方面：公司的研发模式以产品和技术创新为核心，以市场需求为导向，以自主研发为主、合作研发为辅的研发模式。未来，公司将继续发挥自身在设计、研发、制造方面的经验优势，根据市场及客户需求积极开展新产品开发工作，如轻量化模具研究、高端汽车大型复杂精密结构部件和功能部件的模具开发等，持续增强公司的核心竞争力；以注塑模具及塑料零部件业务为抓手，在材料注塑成型方面不断积累经验，在客户试模及量产过程中进行全方位服务，满足客户对注塑原材料的性能要求与技术指标，在现有改性塑料相关的核心技术继续突破，持续开发改性塑料新技术与新产品。

（3）市场布局：公司作为汽车注塑模具行业的先进企业，专注于注塑模具及塑料零部件的研发、设计、制造和销售，与众多国内外知名汽车零部件供应商及整车厂商建立了良好的合作关系，形成了较为成熟的营运模式与盈利模式。未来，公司将在欧洲、北美等汽车主要产业集中区域有序设立分支机构，实现市场开拓、项目对接及售后服务无缝隙，为全球客户提供系统化解解决方案与全面的优质服务。同时，公司将积极开拓新材料相关市场，新材料业务与现有模具业务面向同一客户群体和目标市场，在市场营销、客户渠道上可以进行资源共享和二次开发。