

证券代码：301022

证券简称：海泰科

债券代码：123200

债券简称：海泰转债

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：2023-137

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 type="checkbox"/> 其他：
参与单位名称及人员姓名	富国基金研究员：陈思宇 德邦证券研究员：姜一帆 前海人寿研究员：姜青豆
时间	2023年10月27日 15:00-16:30
地点	现场+电话会议
上市公司接待人员姓名	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10月31日

投资者关系活动主要内容介绍：

本次调研活动首先由青岛海泰科模塑科技股份有限公司（以下简称“公司”）董事会秘书带领调研人员参观了公司生产车间及展厅，然后由董事会秘书、证券事务代表在会议室向参与调研人员主要介绍了公司基本情况、所处行业发展现状及未来发展趋势、公司近期生产经营情况，以及公司未来产能规划与业绩，并进行相关沟通交流。

1、简单介绍一下公司基本情况、创始人背景等

答：（1）公司产品、发展历程

公司创立于 2003 年，注册资本 8320 万元，公司长期致力于汽车注塑模具及塑料零部件的研发、设计、制造、销售及项目管理服务。公司不断提升自动化和智能化水平，追求持续创新和环境友好，聚焦顾客关注点，提供全流程解决方案，为客户创造价值。经过 20 年的不懈努力，公司发展成为行业内颇具影响力的企业。公司现有 3 家子公司：海泰科模具成立于 2004 年，主要产品为汽车注塑模具及塑料零部件，系公司主要生产经营基地。泰国海泰科成立于 2019 年，主要产品为塑料零部件及模具维修服务，系公司的海外生产经营基地。海泰科新材料成立于 2022 年，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、小米等新能源汽车品牌。公司连续多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 年至 2003 年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年起与公司孙总共同创办青岛海泰科塑胶有限公司（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。

2、公司下游主要用在汽车的哪些方面？

答：公司下游客户主要为国内外知名整车厂和汽车零部件供应商，公司产品主要为汽车内外饰注塑模具，内饰模具包括汽车仪表板模具、门板模具、副仪表板模具、立柱模具等，外饰模具包括保险杠模具、格栅模具、扰流板模具、落水槽模具等。公司注塑模具主要用于汽车仪表板、副仪表板、门板、风道、手套箱、A柱、B柱、头枕、保险杠、格栅、行李架、落水槽、挡泥板、扰流板等汽车内外饰件的量产。

3、目前行业的发展趋势如何？行业是否有周期性，在什么阶段？

答：公司主要产品为汽车内外饰注塑模具，为定制化产品，其生命周期基本服从于客户产品的生命周期设计。行业发展趋势如下：

（1）改革开放后，中国汽车工业蓬勃发展，加入WTO后，中国乘用车完成了从跟跑到产销量全球第一的超越，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。根据中国汽车工业协会公布的数据，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%；2023年1-6月，中国汽车产销分别完成1324.8万辆和1323.9万辆，同比分别增长9.3%和9.8%。2023年1-6月，新能源汽车累计产销分别完成378.8万辆和374.7万辆，同比分别增长42.4%和44.1%，市场占有率达到28.3%。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) 在双碳背景驱动下，社会对汽车轻量化的要求越来越高，以塑料为材质的零部件在汽车中的应用占比还在上升，随之而来的是新车型对注塑模具的需求也越来越多。其次，随着经济水平的提高和消费观念的改变，消费者对汽车个性化、定制化需求逐渐增多，对内外饰品质提出更高要求，内外饰模具的质量、数量需求也逐渐提高。

4、公司模具产品寿命及技术迭代情况

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、公司产品平均在每款车上的数量情况

答：据统计，一款新车需要内外饰注塑模具约 500 套。客户会根据内外饰零部件的分类、供应商的技术/制造实力和供应商分级情况，组织供应商竞标。为保证供货质量稳定性，并加快新车型开发与旧车型改款的速度，控制风险，客户会合理分配订单数量，但具体到各家模具供应商，为每个项目提供的模具数量不等，差异较大。

6、请简单介绍一下公司三季报业绩情况

答：2023 年前三季度，公司实现营业收入 41,902.67 万元，较上年同期增长 14.24%；其中，新能源汽车模具收入为 6,278.37 万元，同比增长 81.30%，占主营业务收入的 15.07%，同比增长 5.53pct；今年前三季度，公司实现归母净利润 3,091.38 万元，同比下降 41.02%；

实现扣非净利润 2,737.40 万元，同比下降 29.29%。净利润出现下降的主要原因为：今年二季度公司发行 3.96 亿可转债，在三季度计提利息，其中计入财务费用 783.24 万元；二是今年销售回款变慢，三季度新增应收账款信用减值损失 748.35 万元，两项叠加使得今年前三季度税后净利较去年同期下滑较多。

7、公司前三季度在手订单情况

答：公司生产经营稳定，募投产能陆续释放，新接订单继续增长。截至 2023 年 9 月 30 日，公司注塑模具在手订单为 7.57 亿元，较上年同期增长 16.68%，其中新能源汽车注塑模具在手订单为 2.39 亿元，较上年同期增长 76.46%。

8、公司三季度毛利率提升的原因是什么

答：公司 2023 年三季度综合毛利率为 25.34%，上年同期综合毛利率为 24.34%，同比提高 1.0pct。主要原因为：公司主要产品为汽车内外饰注塑模具，且外销占比在 70%以上，今年以来伴随美元及欧元不断加息，外币持续升值且幅度较大，使得公司外销收入增长且毛利率有所上升。

9、公司未来产能及业绩规划情况

答：未来产能及业绩规划情况如下：

(1) 内外饰注塑模具：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。达产后产能预计在每年 1000 套左右，其中 2023 年预计模具产量在 700 套左右，2024 年及以后年度模具产量将稳步增长。

(2)“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，预计 2025 年开始试生产，达到设计产能的 60%，2026 年达到设计产能的 80%，预计 2027 年完全达产。

(3) 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决方案与全面的优质服务，进一步开拓国际市场与客户黏度。

(4) 后续的营收增长目标：以 2022 年营业收入为基数，2023 年营业收入增长率不低于 10%，2024 年营业收入增长率不低于 20%，2025 年营业收入增长率不低于 30%。

10、公司进入新材料市场的背景是什么？是否有技术储备？

答：公司作为汽车注塑模具行业的龙头企业，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。“年产 15 万吨高分子新材料项目”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，募投项目建成后，与公司既有业务的营运模式、盈利模式不存在重大差异。公司营销部门已对市场情况进行调研，寻求意向客户，未来目标客户主要以现有客户为主，同时兼顾开拓新客户，消化本次募投项目产能。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。

公司在改性塑料业务上拥有可行的技术储备，在材料注塑成型方面积累了丰富经验，熟悉客户试模及量产中对注塑原材料的性能要求与技术指标，在改性塑料的技术研发、试验手段等技术方面具有独特优势。公司目前掌握适合微发泡注塑聚丙烯材料技术、高光泽 PC+ABS 塑料合金技术、免喷涂 PC+ASA 塑料合金技术、高疲劳强度玻璃纤维增强尼龙技术等多个改性塑料相关的核心技术。

11、公司与华为问界、小米汽车合作的情况

答：目前，公司汽车注塑模具已应用于包括奔驰、宝马、大众、奥迪、通用、比亚迪、吉利、理想、小鹏、前途、蔚来、Rivian、高合、比亚迪、问界、小米等新能源车型。其中公司与吉利、比亚迪、高合等在某种产品上采取直接合作的模式。目前，公司为华为的“问界 5、问界 7”等车型提供注塑模具。基于商业保密原则，公司为小米提供的产品及业务信息不便透露，敬请理解。

12、公司海外占比较高，海外龙头客户有哪些？未来的发展方向是国内还是海外？

答：2020-2022 年，公司外销收入占主营业务收入的比例分别为 61.05%、69.57%和 62.22%；今年前三季度，公司外销占比进一步提升，占比为 77.5%。外销地区主要为欧洲、北美和泰国，海外客户主要包括延锋(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。

公司高度重视国内、国际两个市场。未来，公司将继续加大对国内外市场开拓力度。同时，公司将在欧洲、北美洲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。

13、公司市占率情况如何？竞争格局如何？

答：据统计，每一种型号汽车大约需要内外饰模具 500 余套，价值约 8,000-10,000 万元。根据乘联会不完全统计，2021 年全年国内乘用车市场新车上市共有 384 款（不含改款），按照每款车型需要配置 9,000 万元内外饰模具计算，2021 年我国乘用车内外饰注塑模具市场规模约为 345.6 亿元（不含改款），公司 2021 年营收 6 亿元，市占率大约在 1.74%。

竞争格局情况如下：

（1）模具行业呈现出比较明显的“大行业、小企业”格局特征，行业内企业规模普遍较小，模具产品以中低端为主，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。

（2）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。

（3）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。公司作为国内外知名整车厂和汽车零部件供应商，获取订单的机会更多，随着募投项目产能释放，公司模具产品未来市占率具备较大提升空间。

（4）经过 20 年的快速发展，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、小米等新能源汽车品牌。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”。