

证券代码：300709

证券简称：精研科技

江苏精研科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-002

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（<u>电话会议</u>）	
参与单位名 称及人员姓 名	博时基金 何海怡 中信建投 章合坤 汇丰晋信基金 李凡 太平洋证券 张世杰 国融基金 陈晓晨 开源证券 张威震 国寿安保 撒伟旭 国联民生 郇正林 朱雀基金 李萌 东北证券 张东伟、武芃睿、唐凯 摩根士丹利 李子扬 华泰证券 王心怡 上海嘉世私募 李其东 国盛证券 钟琳 深圳国晖投资 吴昊龙 上海光大证券 尚青 众合创业投资 叶萌 财通证券 黎来论 耕零（上海）投资 王立 信泰人寿保险 刘跃 江苏瑞华投资 章礼英 国海证券 张富强 鸿运私募 蒋睿 国华兴益保险 孙玥 中信建投 章合坤 华鑫证券 张振 华安财保资管 李亚鑫 深圳嘉信天时 刘敏	
时间	2025 年 5 月 07 日 9:00-10:00	
地点	公司会议室（线上交流）	
上市公司接 待人员姓名	董事、副总经理、董事会秘书：黄逸超女士 证券事务代表：王涛女士	

投资者关系 活动主要内 容介绍	公司业绩介绍： 一、2024 年度的业绩情况及变动原因 2024 年度，公司实现营业收入约 21.59 亿元，与 2023 年度的营收规模几乎持平。实现归母净利润约 1.20 亿元，较 2023 年度下滑 28.02%。实现归母扣非净利润约 1.01 亿元，较 2023 年度下滑 14.16%。2024 年归母净利润较 2023 年度下滑的主要原因是：2023 年确认了瑞点精密因为对赌未达标、瑞点原股东给上市公司的业绩补偿款 3,485 万元，而 2024 年无相关收入。 收入方面，2024 年和 2023 年的营业收入规模变化不明显，但收入结构有所调整。其中 MIM 板块的收入占比较 2023 年度有所下降，主要还是因为消费电子行业在经历了多年的市场调整与技术迭代后，2024 年各品牌的市场表现出现了分化，部分品牌的出货量有所放缓。 但传动、散热类组件及其他的占比较前一年提升了 5.55%，整体收入规模增长了 27.85%。公司近些年来布局的传动、散热等新兴板块，经过数年培育，已经逐渐成长。 二、2025 年 Q1 的业绩情况及变动原因 2025 年一季度，公司实现营业收入约 4.69 亿元，较去年同期增长了 20.66%。实现归母净利润约 -1,750 万元，较去年同期减亏了 35.45%。实现归母扣非净利润 -2,059 万元，较去年同期减亏了 34.61%。 今年一季度的营业收入较去年同期增长明显，主要是由 MIM 板块、传动散热及其他的增长贡献的，尤其是受益于终端对折叠屏和穿戴类设备的持续拉动、以及传动智能家居业务持续增长。 利润方面，今年一季度明显减亏，其中：①今年一季度营收 4.69 亿元，较上年同期增长 20.66%，毛利率较上年同期基本持平，略有上浮，综合影响毛利润较上年同期增加 1,882 万元；②今年一季度期间费用（销管研财）较上年同期增加 1,625 万，主要是研发费用增加 1,284 万元，今年一季度研发项目增多，研发投入增大；③存货减值今年一季度较上年同期计提减少 1,804 万。另外，在整体营收规模增长的基础上，收入结构持续优化，传动、散热类组件及其他的收入占比持续提升。
--------------------------------	--

	今年一季度公司的经营性现金流量净额-7,336 万元，较去年一季度变动较大。一方面，因为采购业务和销售业务之间存在运营节奏、账期和收付款方式的差异，一季度公司销售商品收到的现金流减少，购买商品、接受劳务支付的现金流增加。另一方面，公司在今年 Q1 支付的职工薪酬较去年同期增加 1,977 万元。综合影响下，带来了 2025 年 Q1 的经营性现金流量净额的变化。 三、业务的变化和亮点 2024 年下半年以来，我们对内集中精力，开展了战略解码工作，厘清公司各个板块的战略路径和行动方案，明确重点项目并进行目标分解和推进；全面推行精益管理，减少等待、减少浪费、提高运营效率。 1、内部运营的持续改善和加强 从运营结果看，2024 年度，MIM 板块在收入规模不显著的情况下，整体毛利率水平较上年增长了 1.24%。 存跌方面，2024 年下半年计提的存跌金额较上半年明显减少，2025 年一季度存跌计提金额相较去年同期也有减少。另一方面，公司在 2024 年新计提的减值金额大部分在后期都被消化了，真正产生呆滞的风险比较小。 消费电子行业具有产品生命周期短、上量速度快的特点，一旦终端品牌客户出现集中上量的情况，在公司的产能上的压力较大，我们会谨慎评估客户需求，进行适当备库。而终端市场技术更新迭代快，有一定的波动性和不确定性，很难完全避免计提存货跌价准备。我们未来会坚持既定的策略，即审慎评估需求、谨慎备库、提高存货质量；全面推广精益改善措施，提升运营管理水平，减少等待和浪费，提升柔性化运营能力，进一步缩短产品交付周期，减少备库、降低存货呆滞风险，从而避免大规模地计提存货跌价准备。 2、持续的市场开拓和成效 目前的大环境虽然充满了各种挑战，国际贸易政策变动频发，但是，我们过往的积累，包括对行业内优质头部客户群体的高覆盖率、对市场趋势的敏锐嗅觉，加上一如既往地和客户保持密切沟通，积极进行市场开拓，
--	--

	我们认为市场上不缺乏机会，我们要做的是发现机会、把握住机会。 （1）以传动散热为例 2024 年度，传动散热及其他业务的营收规模较 2023 年度增长了 27.85%。占整体营收的比重由 2023 年的 18.48%增长至 2024 年的 24.03%，提升了 5.55 个百分点。今年一季度，传动散热及其他业务的营收规模较去年同期增长了 20%，在收入绝对值增长的同时，占整个公司 Q1 营业收入比重也在稳步提升。 传动板块，2025 年，我们还是按照既定的战略规划，以创新为出发点，持续配合客户进行产品创新和突破，打穿打透智能家居市场的头部客户群体。目前我们已经覆盖了智能家居清洁品牌的排名靠前的几个重要头部客户，产品类型也在不断丰富，在扫地机器人、洗地机以外，拓展了割草机、擦窗机器人等新的品类。短期我们通过智能家居清洁机器人的规模化量产订单，来支撑动力板块的持续的研发投入。面向未来产业的变革，我们同步在推进机器人灵巧手关节电机的研发，以及汽车智能座舱中的创新产品用电机的布局和技术沉淀。 散热方面，公司已经在储能、边缘计算服务器等产品上实现量产，2025 年我们还是着重开拓储能相关的新业务，以支撑团队长期稳定运营的需求。从趋势上看，算力的需求增长是确定的，我们也正在积极配合方案公司、持续推进服务器散热产品的研发和认证。这种技术的开发、沉淀、认证会需要一定的周期。 （2）精密金属零部件板块方面 今年一季度，受益于公司此前的战略布局、持续地研发投入和市场开拓，主营业务精密金属零部件板块较去年同期增长了 12%。 精密金属零部件板块以消费电子、汽车类零部件产品为主，客户群体覆盖了国内外的头部消费电子品牌。在过去的一年多时间，我们持续加深和客户的沟通联系，提升采购份额；积极挖掘客户对新材料、新产品的需求，持续配合进行新品类的开发并取得了成功，满足终端客户对塑胶件、穿戴、钛合金等新材料新产品的需求；把握行业发展的新动态，服务器用的 MIM 件已经稳定量产交付。
--	---

	面对现在的国际经济政治环境，我们对自己提出了更“卷”的要求，即提升效率、技术沉淀、市场开拓。我们将持续深耕运营管理、不断强化自身实力。在创新层面，坚定不移地推进新材料、新技术以及新产品的研发，练好内功。同时，要以更加积极主动的姿态，加大对前沿业务、创新业务的拓展力度，尤其是在新能源、新基建、新消费等新兴领域，降低外部不确定性的冲击，促进公司的持续稳健发展。 四、对关税问题的回应 一方面，公司的业务处于产业链上游，公司的产品如金属零部件不直接出口至北美，而是交付至位于国内保税区的组装厂，之后由组装厂完成组装后出货。2024 年海外业务占比 23.87%，这部分业务中绝大部分都是出口到保税区的业务，其中，2024 年由公司直接出口到北美市场的收入占总营收的比重不超过 3%。 另外，我们这几年加大了国内市场的开拓力度，看到国内还是有很多新的机会在涌现，公司也开发了一批新的国内客户和客户需求，包括扫地机器人相关业务、服务器用的 MIM 件业务、穿戴类产品需求等，从结果看，国内客户的收入规模比重在近三年是持续提升的。 另一方面，公司在近年来新拓展了动力、精密塑胶、散热、智能制造服务及电子制造板块业务，打造六大业务板块新发展格局，实现公司多领域、多业务、多元化的发展。其中，传动、散热类组件业务，这类业务的收入主要来自于国内客户，收入占整个营收的比重也是由 2023 年度的 18.48%提升到 2024 年的 24.03%，收入规模稳定增长。 2024 年，公司的海外制造基地也已经投入建设和运营，海外制造基地的建设初衷是对接海外客户的需求，进行生产交付。未来公司将根据外部环境变化和客户需求，对海外工厂进行业务布局和产能规划。 目前来看，关税政策变化对整体经营影响有限，公司将持续关注外国的关税政策调整以及关税落地的情况，及时地根据形势快速调整策略，与客户一起积极应对各种挑战和机遇。 问答环节：
--	--

1、问：请问今年公司整体折叠屏转轴的订单情况如何？公司未来与北美客户在折叠屏方面是否有相应的 MIM 订单？

答：现在整个折叠市场还是以安卓系品类为主，目前我们看到各大终端品牌客户还是在持续发力、投入的阶段，产品在未来两年还是会持续的迭代和发布。目前市场对北美客户推出折叠屏的传闻有很多，我们一方面在和终端客户保持密切沟通，另一方面，公司也会关注和参考来自资本市场的信息。目前来看，北美客户如果发布折叠屏产品，很可能对整个产业起到引导作用，解决当前折叠屏的痛点问题，这个对市场来说是比较好的方面。

近几年公司一直在持续配合大客户进行前沿的技术开发，从开发到落地需要一定的时间和周期，同时，公司与客户之间有严格的保密协议，具体的项目情况请大家以官方的信息为准。

2、问：2025 年公司对转轴业务的量级是否有指引？

答：2024 年折叠屏手机销量增速相对平稳，不如往年，但各个品牌还是实现了前期的目标，2025 年对折叠的需求增速的预测还是比较谨慎的，主要原因可能是市场有北美客户推出折叠屏的传闻，消费群体会有观望的情绪。从 2024 年出货量来看，各个品牌的市场表现也有所分化，个别品牌对 2025 年的需求会比较乐观，公司也会结合整个市场情况综合评估。

3、问：2025 年公司对电机加齿轮业务的收入展望如何？

答：对于传动电机板块，公司短期的布局以智能家居为主，而智能家居绝大部分收入来源于扫地机器人。传统的扫地机器人电机需求已经竞争较为激烈。而针对传统扫地机器人的需求痛点进行改善和创新，这方面的电机需求将会是公司传动业务持续增量的一个重要的方向，公司也一直在积极配合终端客户进行持续开发和产品落地，从创新出发，为未来实现业务增量奠定基础。从公司整体的营收结构来看，传动、散热及其他业务的营收贡献和占比有希望进一步提升。

4、问：请问 2025 年安特信的盈利展望如何？精研智行的业绩对赌情况进展如何？

答：我们对安特信还是比较有信心的。安特信整体技术能力是不错的，但前几年在内部管控方面的确有需要提升的地方，加上整体收入规模不显著，未达到盈亏平衡点。一方面，安特信近几年一直在压缩运营成本，节省开支；另一方面安特信产品多为 OWS 耳机和唱片机，市场上对于 OWS 耳机、AI 耳机的需求一直是有的，安特信近几年也一直在利用技术优势，积极开拓客户资源和订单需求，提高营收水平，以期尽快达到盈亏平衡点。

精研智行的对赌周期截至 2023 年年底已经结束，目前已经不在对赌的周期内。

5、问：请问如何看待关税对公司的直接和间接影响？

答：这个问题在解读时已做过整体介绍，另外从我们了解到的情况，在 2018 年当时增加的关税也不是由供应商承担，而是由客户端主导解决。

其次，MIM 在全球的产能的布局有不同的侧重，亚洲地区的 MIM 工厂以消费电子产业链为主，欧洲及北美地区则偏重于汽车、军工这类产品。而消费电子类的 MIM 件具有精度高、批量大等特点，目前我们给海外大客户提供的产品在越南等国家暂时还没有同类供应商。目前来看，对公司和海外大客户之间的合作影响较小。

6、问：请问越南子公司的近况如何？

答：我们对越南子公司最开始的规划是布局 MIM 一部分产能，到目前为止，越南精研已经接到了首批订单。

我们在跟客户的交流过程中也发现有些客户会需要我们在越南去布局产能，包括传动的组装业务，客户需要我们在越南设点以满足他们对于原产地生产的需要。

其次，通过一段时间的市场开拓，越南当地的加工手段并不丰富，所以我们在越南设点也是许多客户乐见其成的，同时也会有很多原来没有接触过的客户主动来联系我们，了解我们的工艺和产能布局。

整体来看，我们认为越南精研未来有望成为集成 MIM、传动、散热和精密塑胶各方面能力的小综合体。

	7、问：一季度 MIM 件营收有增长吗？对全年 MIM 件营收及毛利率有何展望？ 答：2025 年一季度 MIM 板块的营收是有所增长的。从全年来看，我们还是很有信心的。公司在新客户的开拓、老客户的渗透率以及新品类（非消费电子类）的开发上也取得了一定的进展。 在消费电子类的产品中，穿戴这几年的市场需求和容量空间越来越大。一方面，随着穿戴产品的不断放量，部分客户会开始考虑用一些降本的方案，而 MIM 技术是一个很好的选择。另一方面，终端客户在穿戴产品中会有轻量化的需求，由此带来了终端对于新材料的应用，同时这些新材料产品结构可能会比较复杂，用 MIM 技术可能会比传统的解决方案有更多的优势。其次，从消费电子以外的方面来看，包括在新能源汽车、通信服务器上，我们也找到了 MIM 件新的应用场景。
附件清单 (如有)	无
日期	2025 年 5 月 07 日