

证券代码：603992

证券简称：松霖科技

厦门松霖科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-002

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
参与单位	嘉实基金：沈玉梁、归凯、谢泽林、孟夏、梁铭超、刘晗竹、刘晔、赵宇
时间	2021年5月
地点	厦门松霖科技股份有限公司会议室
上市公司接待人员姓名	吴朝华
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次投资者关系活动以电话会议交流的方式进行。</p> <p>互动交流摘要：</p> <p>1、第一，因为公司一直注重技术创新，定位的品类层次相对是中高端的，而公司的花洒在全球高端品牌中所占市场份额已经比较高了，所以请问公司 IDM 业务发展的天花板量级如何？第二，公司 IDM 品类业务从花洒龙头到美容健康再到活动家具等，IDM 业务模式这样扩展品类在产品的扩张、设计和制造层面是否存在一定难度？</p> <p>答：首先，公司的目前主营产品是厨卫品类，产品主要为花洒龙头淋浴器。</p> <p>为发展新品类做铺垫，公司在内部组织架构上作出调整，调整为事业部形式，要求每个事业部专注单品类发展。以厨卫品类为例，划分为花洒事业部和龙头事业部，要求每个事业部重新梳理本品类业务的前景、瓶颈和客户饱和度等问题。</p> <p>通过公司研究观察发现现有客户合作未达饱和状态，仍有很大的发展空间。公司 IDM 业务合作客户主要是全球性的品牌商或连锁超市，客户经营品类繁多，公司现有品类并未全覆盖到客户，如有些客户只合作塑胶类产品，五金类产品未开展合作或少量合作，且随着客户的业务发展，公司与其合作的空间也会加大。同时公司也不断开拓新类型的客户。另外公司通过技术创新打造新形态的产品向客户推荐，挖掘新需求。</p> <p>第二，关于公司扩展新品类业务，公司 IDM 品类业务的客户其特性为集团化大型公司，经营品类多样，公司可以扩大旧品类业务量的同时扩展新品类合作。另一方面，公司通过展会等多种渠道开发新品类客户。</p> <p>新品类可直接按 IDM 模式复制研发设计创新的方式方法，提高研发投入产出效</p>

率。在底层制造上追求共享创造价值原则，如美容健康品类共享了厨卫品类中的塑胶类制造资源，家具品类的制造资源同时为“松霖·家”业务服务。

2、品类 IDM 业务的增长是否会影响到毛利率，公司是否会降低客户要求，降低客户档次去做大收入呢？

答：公司注重客户品质，倾向于在原有高端客户中扩充新品类业务。随着业务规模增大，公司的毛利率也会受到一定影响，但是公司很注重毛利率，而且以公司的经营模式只要技术核心价值不断提高，就不会有太大影响。

3、公司对净利率是否有做要求？

答：公司在谈业务中会注重毛利，而宏观上汇率、材料等影响已与客户签订联动的调价机制，降低宏观因素对公司净利的影响。公司注重技术创新为产品增加附加值。

IDM 业务中的美容健康品类是比较乐观的，毛利率相对更高且增长速度很快。

4、公司从原来做 TOB 业务的企业，转型做“松霖·家”的 TOC 业务，公司为些做了哪些准备呢？公司经历了怎样的思考才形成了“松霖·家”模式？

答：公司经过 5-6 年的时间研究积累认为：TOB 业务是需要高度细分，专注每个产品研究，在细分领域把技术垂直研究，做到极致；而 TOC 业务需要从消费者出发做到高度集成，因此公司推出“松霖·家”业务，致力于为消费者提供集产品、服务、平台三位于一体的“一个家”的解决方案，满足消费者“拎包入住”需求。

在“松霖·家”模式正式提出之前，公司 6 年前就已组建独立团队，并在厦门开一家 2000 多平方米的自营店进行摸索验证，同时间投入家具制造资源，为定制家具、活动家具自制打下基础。

5、“松霖·家”未来的开店节奏如何？

答：异地馆涉及到物流等多方面因素影响，公司开店的节奏会根据厦门馆、泉州馆运营的情况进行，如果顺利就会进行快速复制铺馆。

6、公司欲通过品牌塑造为日后“松霖·家”发展提高竞争壁垒，公司为品牌塑做了哪些准备和思考呢？

答：公司拟与知名传媒平台合作进行公司品牌宣传，抢占消费者心智，另一方面“松霖·家”城市馆本身也会对消费者产生吸引力，让消费者到店体验从而深植于心中。

7. 公司从原来的 IDM 业务品类转型做全品类的家装，请问公司在产品方面有什么

	<p>优势？</p> <p>答：IDM 业务中的厨卫品类、家具品类为”松霖·家”提供厨卫产品、定制家具、活动家具产品支持，做到一件极品；其他非自产产品方面，在供应链资源寻求合作代工，公司凭借多年积累的制造经验优势，对产品创新及品质要求架轻就熟。“松霖·家”模式采用前店后厂模式，减少经销商环节，为客户提供高性价比的产品。</p>
附件清单	无