

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：2022-013

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 checked="" type="checkbox"/> 电话会议
参与单位	鹏华基金、长江证券、嘉实基金、华创证券、华宝基金、华能贵诚信托、国信证券、恒泰证券、银华基金、中邮基金、天弘、首创证券、国泰君安证券资管、西部利得、华泰保兴、凯丰投资、中信建投证券、北京和聚、国泰君安证券、中信保诚基金、中邮人寿保险、浙商证券、厦门金恒宇、上投摩根基金、方正富邦基金、上海尚近、太平养老保险、华夏基金、天时开元股权基金、北京比特资本、Hao Advisors Management Limited、上海泾溪、光大保德信基金、红土创新基金、金鹰基金、深圳东方港湾、上海海通证券、申万宏源证券、国任财产保险、中军金控、信银理财、上海路博迈、中邮证券、东北证券、聚鸣投资、广发证券、信达证券、太平洋证券等
时间	2022年11月
地点	厦门松霖科技股份有限公司
上市公司接待人员姓名	董事会秘书吴朝华女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>互动交流摘要：</p> <p>1、前几年海外财政放水带来房地产销售的较大幅增长，这部分对业务同比增长的影响比例是？如何判断存量房的翻新维修需求？</p> <p>答：海外财政放水对业务的贡献比例是相对的，难以具体测算。</p> <p>今年需求端相比去年较弱：①去年放水，需求有所增加，而今年没有这部分需求；②今年存在去库存，且还未回归原本的库存水位；③宏观经济导致品牌商未来备库存更谨慎。</p> <p>公司主要产品是厨卫品类的卫浴产品。正常情况下，欧美市场保持个位数的增长（剔除疫情因素）。</p> <p>2、公司业务结构比例未来是否会发生变化？未来具体业绩目标是？</p> <p>答：厨卫健康品类仍是收入贡献最大品类，但占比会逐渐下降；美容健康品类收入占比将迅速提升，但未来1~2年内不会超过厨卫健康品类；“松霖·家”需要经过半年时间验证后再根据具体情况调整计划。</p> <p>3、公司做美容健康品类的优势是什么？</p>

答：创新！公司的研发能力较强，能不时为客户提供意想不到的、有技术核心的创新点，能够真正为客户产品带来附加值，能解决消费者需求。

4、公司的外销业务主要出口哪些国家？今年出口数据较去年出口情况如何？

答：公司主要向欧美、日本出口，主要客户是国际知名/高端厨卫、家居、美容健康品牌商及大型连锁零售商。第三季度出口量较去年同期有所增长，但是第四季度受市场行情影响比较大，客户还在去库存。

5、“松霖·家”与健康 IDM 的产品有何区别？公司对“松霖·家”的期待是？

答：区别较大。“松霖·家”是自有品牌，是整家业务，能提供毛坯房到拎包入住的完整产品服务方案。“健康硬件 IDM”业务专注于拓展可发挥技术共享、制造共享效应的健康硬件产品，可以向“松霖·家”提供部分产品支持，“松霖·家”涉及的产品品类较多，需自产与外采代工结合。

“松霖·家”致力于满足消费者对“家空间”未来个性化需求的产品及解决方案的研发、设计，将彻底突破传统因产品、服务、平台分离而给家装客户带来的成本高、品质参差不齐、集成度差、体验差的现状，为目标客户提供“家空间”的产品和解决方案的设计、体验、交付、交互升级和售后的完整闭环服务，是真正提供一站式和自有品牌一体化的产品及服务。公司希望“松霖·家”能为消费者提供兼具艺术性、技术性与性价比的空间产品，打破传统，实现规模化、可复制性的商业模式。

6、“松霖·家”单店的营收情况怎么样，成本主要是在哪一块？目前三家店都是在福建范围，后续有向全国其他地方拓展的规划吗？

答：“松霖·家”目前还处于模式开发阶段，单店营收贡献不大，其主要成本是前期研发费用、门店租金及后端定制工厂未实现规模化而导致的生产成本。根据今年市场行情、宏观形势，公司做了些策略调整，对门店扩张持更谨慎的态度。

7、公司后续对于转债下修有没有特别的考虑或者想法呢？

答：目前没有什么特别的想法，因为公司对未来的发展很有信心。目前可转债上市时间较短，股价受资本市场情绪波动较大。

附件清单

无