

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：2024-003

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	东吴证券、长江证券、嘉实基金、金鼎资本、民生加银基金、民生证券、交银基金、浙商证券、新华基金、德邦证券、泰信基金、观火投研、交银施罗德、建信基金、开源证券、同犇投资、远希基金、凯丰投资、运舟资本、国海证券、汇丰晋信基金、华泰保兴基金、瞰道资产、利得金融、睿郡资产、承周、华兴证券、奇盛基金、海富通、东北资管、纳轩私募、会远资产、中银资管、华创证券、国联证券、阳光保险、长鸿资本、申万菱信基金、西部利得基金、银华基金、华泰柏瑞基金、光大保德信等机构
时间	2024年2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>公司与投资者就关心的问题进行交流，互动交流摘要：</p> <p>Q: 公司目前的客户结构相较前期 IPO 时的客户结构情况来看是否有变化？公司产品在客户的市场采购份额是否稳定？</p> <p>A: 自公司前期 IPO 至今，客户结构确实发生了一些变化。虽然卫浴产品的核心客户群体保持相对稳定，但我们成功吸引了新业务品类的新客户，如美容健康领域的美容仪器品牌、个护健康品牌等。</p> <p>在市场份额方面，卫浴产品在核心客户中的采购份额一直保持稳定。然而，值得一提的是，近年来，公司在新产品和新项目的转化上取得了显著突破，新客户的开发也实现了大幅增长。这些积极的变化为公司未来的市场份额增长奠定了坚实基础。</p> <p>总体而言，公司一直积极适应市场变化，紧密关注行业趋势，抓住每一个发展机遇。公司不断优化产品组合和市场策略，以满足客户不断变化</p>

的需求。通过持续创新和研发，将持续扩大公司的市场份额，为公司的长远发展注入源源不断的动力。

Q: 美容健康市场容量有多大?

A: 目前公司了解到根据 P&S Intelligence, 2020 年全球家用美容仪器市场规模为 95.72 亿美元, 预计 2030 年将达到 895.35 亿美元, CAGR 为 25.1%。

Q: 公司为什么不做自有品牌业务?

A: 之所以选择不涉足自有品牌业务, 主要是基于以下几点考虑:

首先, 公司始终认为技术产品力和研发能力是企业市场竞争中的核心优势。通过专注于技术研发和产品创新, 公司能够确保在为客户提供高品质产品和服务方面保持领先地位。这种专注使公司能够更好地理解市场需求, 并快速响应客户的变化。

其次, 与国际知名/高端品牌商及大型连锁零售商的合作, 为公司提供了稳定的市场份额和销售渠道。这些合作伙伴在全球范围内拥有广泛的客户基础和品牌影响力, 通过与他们合作, 公司能够快速进入新市场, 扩大产品影响力, 提高市场份额。

最后, 公司认为专注于核心业务并不断优化运营管理是实现可持续发展的关键。通过保持对市场趋势的敏锐洞察和及时调整研发方向, 公司能够确保公司在激烈的市场竞争中保持领先地位。

综上所述, 基于公司的核心竞争力和市场战略考虑, 公司选择了专注于与国际知名/高端品牌商及大型连锁零售商的合作, 而不是涉足自有品牌业务。这种战略选择使公司能够更好地发挥自身优势, 实现可持续发展。

Q: IDM 模式与传统的 ODM、OEM 模式有什么不同?

A:ODM、OEM 厂商主要根据客户需求提供产品定制设计服务并提供产品的贴牌生产服务。

IDM 模式是对传统 ODM 模式的升级和优化，由公司利用自有资源对区域市场状况及消费需求趋势进行分析研究，公司自行完成产品策划、创意设计和技术研发，形成完整的产品方案，并主动向客户推荐，最终向客户交付包含公司专利技术、创意设计等自主知识产权的相关产品。

IDM 模式产品包括了公司发明专利、实用新型专利、外观设计专利等自主知识产权，包含了公司的技术创新和设计创意。

综上所述，IDM 模式更加注重产品创意、技术创新，旨在通过自主知识产权和创意设计来塑造自己的产品形象和市场地位。而传统的 ODM 和 OEM 模式则更多地侧重于根据客户需求提供定制化的设计制造服务和贴牌生产服务。

Q: 公司在产品定价时会关注毛利率吗?

A: 公司追求高质量发展，在定价时，通常会考虑到产品的成本、市场需求、竞争环境等因素，同时也会关注毛利率水平，以确保定价策略能够带来良好的经济效益。

Q: 研发费用率是固定的还是跟项目周期有关?

A: 公司平均每年投入的研发费用占收入的 6%，作为制造企业，这个比例是比较高的，因为公司高度重视技术创新和研发。通过持续的研发投入，公司能够保持技术领先地位，推出具有竞争力的产品和服务，满足市场需求；另一方面，通过持续研发投入培育新品类，为公司未来增长做准备；同时，研发费用的投入也有助于公司培养高素质的研发团队，提升企业的核心竞争力。

Q: 公司的产能利用率是多少?

	<p>A: 目前产能利用率约为 80%。公司在制造资源分配方面策略是自制和外包各占 50%左右。</p> <p>Q: 如果要将国内部分产能转移越南基地, 会转移哪些产品?</p> <p>A: 越南制造基地主要满足公司增量订单, 且主要是以塑胶类底层制造为主的产品。</p> <p>Q: 公司的产品销售会有季节性影响吗?</p> <p>A: 公司业务没有明显的季节性影响, 但会出现上半年比下半年好的情况。</p>
附件清单	无