

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：2024-004

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	浙商证券、鑫元基金、嘉实基金、中金公司、诺安基金、招商基金、中加基金、博时基金、建信信托、易方达基金、华西证券、太平基金、交银施罗德、华商基金、国盛证券、招商证券、华龙证券、邦栋投资、中信保诚、银河基金、农银理汇基金、财通资管、平安养老、华安基金、国泰基金、国投证券、光大保德信、合牛资本、川发展基金、原万联证券研究院、金鹰基金、建信基金、国海证券、华福证券、华泰证券、泰德圣私募基金、泰康资管、长江证券、中信证券、中银基金、橡红基金、上海兰丞、国金证券、山海皆可平资管、海通证券、嘉强私募等机构
时间	2024 年 3 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：去年公司在战略层面最大的调整是什么？</p> <p>A：去年公司战略层面最大的调整是将“松霖·家”业务从上市体系中剥离出来，这个决策在 2023 年 9 月已实施完毕。剥离后，公司对 IDM 业务进行了多项重要举措，首先，公司在去年收购了控股子公司倍杰特的剩余少数股权，这一举措主要是看中了倍杰特在智能马桶业务及制造方面的优势，有助于公司品类互补和加快 IDM 业务的推进，深化 IDM 硬件平台战略；其次，公司启动了越南生产基地的建设工作，这是公司海外扩张战略的重要组成部分，有助于公司提升服务客户及强化风险防范应对能力。此外，基于对公司业务发展的信心，公司还适时推出了员工股权激励计划，以实现股东、公司、员工价值的共赢。</p>

Q: 关于公司目前所涉及的业务品类以及它们的发展状况?

A: 公司目前主要涉及三大业务品类。首先是厨卫品类，包括花洒、龙头、淋浴器、智能马桶等产品，这是公司目前主要的业务收入来源。其次是美容健康类产品，如美容仪、美容花洒、冲牙器、健发仪等，近年来增速较快，成为公司的第二增长曲线。这类产品主要围绕脸部以上的护理进行开发，通过先检测、再提供结论和护理方案的方式，为用户提供全方位的护理服务。除此之外，公司已开始孵化其他新兴智能健康硬件，目前主要聚焦于智能健身及智能睡眠监测系统两大品类及场景。

Q: 公司在研发方面的投入情况如何? 有哪些新的研发成果?

A: 公司深知研发是企业持续发展的核心竞争力，因此不断加大对研发的投入，平均每年投入的研发费用占营收的 6%左右，积极引进优秀人才，加强团队建设。

公司特别重视在医学项目的研发上。涉及到医学类的课题，公司会与高校和医院进行合作，通过与高校和医院的合作，公司可以利用他们的资源和专业能力，将研究成果转化为实用产品。

目前，公司已经取得了一系列重要的研发成果，包括多项专利技术和创新产品。这些成果不仅提升了公司的技术水平，也为公司的未来发展奠定了坚实的基础。

Q: 公司如何看待倍杰特的技术研发投入?

A: 公司高度重视倍杰特的技术研发投入。在收购后，公司已要求倍杰特加大技术研发投入，提升其创新能力。只有这样，公司才能为市场提供更加优质的产品与服务，赢得更多客户的信任与支持。同时，公司也将积极引进新技术、新项目，为倍杰特的长期发展注入新的动力。

Q: 公司对于倍杰特的客户结构有何规划?

A: 对于倍杰特的客户结构, 公司有着明确的规划, 在巩固现有国内品牌客户的基础上, 公司将积极引导其开拓国际市场, 并为其引入更多高端客户; 同时, 公司也将为倍杰特导入更多优质资源, 助力其客户结构的优化与升级。公司相信, 随着客户结构的不断完善, 倍杰特的市场竞争力将进一步提升。

Q: 关于公司美容仪业务的客户开拓情况和项目进展如何?

A: 公司在美容仪业务上的客户开拓正在按计划进行, 同时也在增加欧美区域的开拓力度。目前与客户的项目联系和合作进展顺利, 整个项目的开发进度也比较符合预期。

Q: 关于公司订单转化的预期和进度, 以及主要市场的分布情况如何?

A: 公司对于订单转化的预期是积极的, 项目订单转化周期一般在 9-12 个月左右, 但具体情况会因项目而异。上半年的订单转化主要来自于去年的项目开发。

至于市场分布, 公司厨卫类产品主要以欧美和澳洲市场为主, 同时在国内也有一定的市场份额。美容健康品类目前是以亚洲区域为主, 公司会持续优化市场拓展策略, 以满足更多客户的需求。

Q: 公司目前的出口业务占比情况如何? 未来在拓展国际市场方面有何规划?

A: 目前, 公司的出口业务占比约为 65%。未来, 公司将继续深化与全球合作伙伴的战略合作, 拓展国际市场份额。同时, 公司也会积极关注新兴市场和消费需求的变化, 不断优化产品结构和营销策略, 以提升产品影响力和竞争力。

Q: 公司如何看待转债，是否希望转债持有人能够主动转股？

A: 公司认为转债是一种有效的融资工具，有助于优化公司的资本结构和降低融资成本。同时，转债持有人主动转股将有助于增加公司的股本规模，提高股票的流动性，有利于公司的长期发展。因此，公司希望转债持有人能够基于公司的业绩表现和市场前景做出积极转股的决策。

Q: 公司股票流通比例较少，是否会影响股票的流动性？

A: 公司目前股票的流通比例相对较少，这可能会在一定程度上影响股票的流动性。公司相信，随着公司业绩的不断提升和市场认可度的增加，公司转债持有人积极转股以增加市场上的流通股数量，进而提高股票的流动性。此外，公司也将积极考虑采取合适的措施来优化股本结构，提高股票的流通性。

Q: 关于公司未来的发展规划和目标？

A: 公司未来的发展规划主要围绕 IDM 硬件平台战略展开，将继续加大投入，提升技术研发和生产能力，以满足市场的不断变化和消费者需求的提升。同时，公司也将积极探索新的增长点，拓展业务领域，以实现持续稳健的发展。在目标设定上，公司将根据市场情况和自身实力，制定合理的利润目标和股权激励计划，以激励员工共同为实现公司的长远发展目标而努力。

Q: 关于公司去年底启动的股权激励计划，能否介绍一下具体的设定目标和预期效果？

A: 去年底，公司启动了股权激励计划，旨在通过激发员工的积极性和创造力，推动公司的持续健康发展。该计划设定了以 2022 年的归母净利润为基数的考核体系，要求 2024 年至 2026 年分别实现 4.7 亿、5.7 亿和 6.8

	<p>亿的净利润水平（剔除在有效期内各期激励计划及员工持股计划（若有）产生的股份支付费用对考核年度净利润的影响）。公司相信，这一计划将有助于提升公司的整体业绩和员工凝聚力，为公司的长远发展奠定坚实基础。</p>
附件清单	无