

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：2024-005

| 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 | 富国基金、恒越基金、招商基金、禀赋资本、国投证券、鹏华基金、建信基金、创金合信基金、中加基金、博时基金、红土创新基金、中金公司、景顺长城基金、招银理财、长城基金、汇添富基金、西部利得基金、国联基金、长信基金、中信建投证券、华夏久盈、深圳泽正私募、嘉实基金、安信证券、诺安基金、融通基金、永赢基金、银河基金、阳光资管、中银基金、银华基金、多鑫投资、东方证券、万家基金、广发基金、长江证券、百嘉基金、光大保德信基金、长安基金、国泰基金、弘毅远方基金、湘财基金、泰康养老、平安养老、正圆投资、三亚鸿盛、淡水泉投资、源乘投资、域秀资本、于翼资产、中际通资本、波克资管、融创智富、盘京投资、同犇投资、成泉资本、华美投资、开源证券、中信建投资管、海通资管、国联资管、广发资管、西部证券、海通证券、旭松资产、Brilliance 才华资本、长城财富、国盛证券、国寿养老、东证融汇、新华基金、浦银安盛基金、浙商资管、太平基金、中科沃土基金、民生加银基金、华融基金、中意资产、健顺投资、华泰柏瑞基金、大成基金、途灵资产、兴全基金、东方睿石、青骊投资、富安达基金、中英人寿、浙商证券、长江资管、浙商证券资管、峰岚资管、煜德投资、合远私募、淳厚基金、安信资管、鑫元基金、金鹰基金、北大方正、泰信基金、光大证券、国投瑞银、德邦基金、泰康基金、富道私募、相聚资本、云门投资、博普资产、泉熙投资、广发证券、信达澳亚、大家资管、玖鹏资管、豪山资管、凯丰投资私募、循理资管、上海万纳、全天候私募、圣熙资管、上海聊塑私募、纳轩私募、中信建投基金、上海尚雅投资、海南谦信私募、共同基金、上海拾贝能信私募、澹易资管、中信证券、山证资管、羊角私募、闻天投资、中汇守正、深圳和众行、邮储银行、华安基金、农银汇理基金、和谐健康险、万丰友方、国泰君安证券资产管理、方正富邦基金、博道基金、九泰基金、朴易资产、衍航投资、沅京资本、禾永投资、天安财险、中新融创、建设银行、庶达资产、粤信资产、君茂资本、益菁汇资产、明世伙伴基金、磊亚投资、高腾国际、玄元投资、红杉资本、Hauck、拓璞基金、HV Capital、兴华基金、招商资管香港、汇安基金、国泰君安、财通证券、天风证券、嘉合基金、上海汽车集团、中银理财、南方基金、首创证券、江海证券、兆天投资、前海登程资管、国新证券、长江养老、财信证券、序列私募、问道投资、陆家嘴信托、中银国际证券、泉果基金、天时开元基金、睿远基金、平安资管、国盛证券、国盛证券、上海长江资管、华商基金、东方基金、子呈基金、华泰保兴、国华兴益、汐泰投资、工银瑞信、海金投资、山西 |

| | |
|---------------|--|
| | 证券、生命资管、国海证券、卫宁、东吴基金、国金证券、东方阿尔法基金、趣时资产、长城证券、民生证券、朔盈资产、恒立基金、招商信诺资管、嘉峪投资等机构 |
| 时间 | 2024 年 4 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>首先董事会秘书吴朝华女士对公司的业务情况做了简单的介绍：</p> <p>2023 年，面对错综复杂的国内外环境，公司始终坚持“创新、设计、智造”的经营理念，以“IDM 硬件隐形冠军孵化平台”战略为导向，专注 IDM 硬件品类的技术创新及产品研发，持续建设、整合和优化公司的“模式、制造、技术”三大资源共享平台。</p> <p>2023 年，公司进一步明确并深化“IDM 硬件隐形冠军孵化平台”战略。首先，聚焦主业，剥离“松霖·家”业务，以集中优质资源夯实“IDM 硬件”板块，保障主营业务未来发展的资金需要，增强投融资能力以及市场竞争力，提升整体盈利水平，实现长期可持续发展；其次，公司收购了控股子公司倍杰特的剩余少数股权，进一步整合倍杰特在智能马桶业务及制造方面的优势，以加快 IDM 业务的推进，深化 IDM 硬件平台战略；同时，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。</p> <p>2023 年，公司实现营业收入 298,341.99 万元，同比减少 6.20%，其中，境外营业收入 194,027.07 万元，同比减少 10.26%，境内营业收入 104,314.91 万元，同比增长 2.42%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 35,773.74 万元，同比增长 24.21%。</p> <p>2024 年第一季度，公司实现营业收入 68,103.67 万元，同比增长 12.61%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 10,222.03 万元，同比增长 156.89%。</p> |

公司与投资者就关心的问题进行交流，互动交流摘要：

Q：2023 年公司各业务板块收入情况如何？

答：2023 年，公司主要收入来自厨卫和美容健康两大板块。其中，厨卫健康品类实现营业收入 261,522.60 万元，同比减少 7.46%；美容健康品类的营业收入有较大幅度增长，美容健康品类营业收入 25,920.47 万元，同比增长 79.19%。

Q：从今年第一季度来看，公司厨卫和美容健康两个业务品类的收入增长情况如何？

答：第一季度，厨卫业务收入增长稳健，美容健康增长较快。

Q：今年第一季度，海外、国内以及中国区的的增长情况如何？

答：第一季度，海外收入增长较大，中国区收入持平。具体到海外地区，美国区增长较快，欧洲区增长相对缓慢。

Q：从公司接单层面来看，对市场终端需求的感知是怎样的？

答：自去年第三季度到今年四月份，市场终端需求没有出现明显的补库情况，而是保持相对稳定的状态。

Q：最近原材料价格波动和汇率波动是否会影响客户关系？

答：双方有价格调整机制，不会影响客户关系。

Q：厨卫产品和美容健康类产品在协同性上如何？

答：厨卫产品与美容健康类产品在多个层面展现出显著的协同效应。

首先，在经营模式上，公司依托深厚的研发设计和 IDM 运营经验，构建了一套以研发创新为核心的 IDM 运营模式。这一模式已渗透至公司旗下每一产品品类，为实施单品类领先战略提供了坚实支撑。通过 IDM 模式，公司为下游客户提供了高附加值的产品，并借助先进的技术解决方案来巩固公司的竞争优势和提升盈利能力。

从技术协同的角度来看，公司坚守技术共享的原则，从厨卫领域的健康用水技术，到美容健康领域以水为基础的健康护理技术，再到如今围绕智能化、健康化的多元技术拓展，公司已经实现了广泛的技术共享。这不仅涵盖了多种美容健康产品，还延伸至正在孵化的智能健身和睡眠监测系统新兴智能健康品类。

在制造层面，为实现资源的高效利用，公司建立了包括模具制造、塑料加工、五金加工、多样化表面处理及智能电子等多个“底层制造共享平台”。这些平台服务于不同的产品品类，既减少了资源的重复投入和浪费，实现了制造的规模效应，为自动化和智能制造铺平了道路，同时也确保了各品类的独立性和市场响应的灵活性。

Q: 今年健康类产品增长的重点区域和目标客户群体是哪些？

答：今年健康类产品增长的重点区域主要集中在亚洲区，欧洲和美国紧随其后，但亚洲区的增长量将占据主导地位。在客户群体方面，公司优先拓展亚洲区的头部客户，因为这些客户尚未完全覆盖，是重点突破对象。

Q: 现在企业跨界进入美容健康领域的现象如何？贵公司与竞争对手相比，最大的差异化是什么？

答：现在确实有很多企业跨界进入美容健康领域，包括小家电、按摩仪等厂家。目前虽然有很多企业进入，但还没有形成非常大规模的企业。公司与竞争对手最大的差异化在于技术创新和差异化方案，公司基于创新性的技术方案赢得了一些有影响力品牌的合作机会，这是公司的核心竞争

力所在。

Q: 对于自身产品品类拓展的规划是怎样的?

答: 公司对产品品类拓展的规划根据不同业务板块有所不同。在厨卫领域, 厨卫产品围绕“健康生活”方向并以智能化、健康化和绿色化为出发点, 为厨卫空间场景提供更优的健康生活创新方案, 实现从满足消费者的基础生活需求升级为创造更具价值的智能健康、绿色环保的新需求; 在美容健康领域, 公司将持续加大研发投入, 推进涵盖 SPA 美容花洒、美容仪、冲牙器、健发仪、智能测肤仪等细分单品更具深度和广度的技术创新, 未来会通过拓展客群、做大现有品类来实现收入规模的增长; 同时, 公司借助内生研发技术共享平台, 逐步进行新的智能健康硬件孵化, 加快布局新兴智能健康赛道, 将健康智能硬件向更广的领域延伸。

Q: 新拓展品类的毛利率是否会高于传统品类?

答: 不一定, 新拓展品类的毛利率与具体项目、客人的要求、渠道和所用技术有关。虽然新产品的创新空间较大, 但毛利率并不一定比老产品高, 这取决于具体项目情况。

Q: 越南基地的进展情况如何? 未来几年的产品规划情况如何?

答: 越南基地目前处于厂房建设阶段, 预计明年下半年投产。越南工厂的产品线规划是以生产塑胶类底层制造为主的产品, 并配备龙头、智能马桶、软管等产品的装配线, 目标市场为欧洲、北美、日韩印度等国际品牌客户。

Q: 公司对于未来几年的分红计划有何安排?

答: 公司会响应监管部门号召, 在保障公司正常经营和长期发展的前

| | |
|------|--|
| | 提下尽量提高分红率。同时会分多期进行分红，并按照监管部门的要求进行规划执行。 |
| 附件清单 | 无 |