

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：2025-001

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	东方财富、华创证券、国海证券、兴业证券、长江证券、融通基金、海富通基金、诺安基金、财通资管、明河投资、中泰证券、国泰君安、北大方正人寿、兴合基金、申万宏源、泰康资管等机构
时间	2024 年 12 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>松霖科技是以“智能硬件产品 IDM （创新/设计/智造）共享平台”战略为导向的平台型公司，具有深厚的科技创新底蕴。公司以模式共享、技术共享、制造共享为理念，以智能、健康、绿色赋能产品价值，致力于构建一个集多元化创新技术与卓越产品于一体的平台，主要业务包括厨卫健康品类、美容健康品类和新兴智能健康品类，旨在满足并超越消费者对健康与高品质生活的追求。</p> <p>公司始终坚持“创新、设计、智造”的经营理念，并通过不断投入研发资源，整合产业链上下游资源，公司在技术创新和产品升级方面取得了显著成果。</p> <p>作为平台型公司，松霖科技拥有卓越的资源整合能力和市场响应速度。公司紧密关注市场动态，精准把握消费者需求变化，从而迅速推出符合市场趋势、具有竞争力的新产品和解决方案。这种灵活性与高效性，确保了公司在竞争激烈的市场环境中保持领先地位。</p> <p>展望未来，公司多品类发展规划，打开公司业绩增长空间，公司采取内生增长与外延扩张并重的策略。一方面，公司将依靠内部资源不断研发</p>

创新产品；另一方面，通过收购合适的企业，进一步拓宽产品线，将业务范围拓展至个人、家用生活消费以及商用专业健康硬件领域。公司将继续专注于研发、生产和提供与人体健康密切相关的检测、预防、治疗和康复的 IDM 硬件产品，以此形成独具特色的细分品类优势，构建高质量、稳健发展的多核驱动“引擎”，推动企业迈向新的辉煌篇章。

公司与投资者就关心的问题进行交流，互动交流摘要：

Q：公司全年目标是什么？

答：公司全年的目标将着重于实现一系列关键绩效指标，包括但不限于总体业绩的提升、财务指标的优化、市场份额的扩大以及客户满意度的提高。

在短期内，公司将致力于达成 2023 年限制性股票激励计划的业绩目标。基于对未来发展的坚定信心，公司为股权激励计划设定了具有挑战性的业绩考核指标，旨在充分激发激励对象的积极性和工作热情。为此，公司将全力推动厨卫品类业务的稳健增长和美容健康业务的快速发展，并积极拓展新业务领域，以形成新的业务增长点，从而推动公司整体业绩的提升。同时，公司还将持续实施提质增效行动，通过加强采购和人工成本的管理，严格控制各项支出，并推行精益运营管理，以实现降本增效的目标。这些措施的实施将为公司股权激励目标的实现提供有力保障。

从长期来看，公司将持续关注各品类的发展和核心技术的研发。围绕公司整体工作目标，公司将不断加强能力建设，确保合作项目顺利推进，并全方位提升公司的核心竞争优势。公司的目标是以持续、稳定的良好业绩来回报投资者，为公司的长期发展奠定坚实基础。

Q：对于公司未来业务结构展望是怎样的？

答：展望未来，公司业务结构将呈现多元化发展趋势。具体而言，厨卫品类虽然仍是公司的核心业务之一，但其收入占比预计将逐步下降。与

此同时，美容健康品类作为公司的新兴业务，公司预计在未来三至五年内，其收入占比将达到 20%至 30%的水平，展现出强劲的增长潜力。智能睡眠业务也将继续保持良好的发展态势，成为公司业务结构中不可或缺的一部分。此外，公司还将积极拥抱变革，不断探索与尝试新业务、新品类，旨在挖掘新的增长点，为公司的整体业绩注入源源不断的活力。

总体而言，公司未来业务结构将更加均衡和多元化，这将有助于降低经营风险，提升整体竞争力，为公司的长期发展奠定坚实基础。

Q：美容健康产品在国内外销售渠道有何差异？

答：在销售渠道方面，美容健康产品在国内与国外展现出明显的差异。在国内市场，线上零售是主导力量，众多消费者倾向于通过电商平台或品牌官网进行购买。而国外市场，特别是在日本及其他一些区域，线下零售渠道则占据更为重要的位置，这包括了实体店销售等多种方式，为消费者提供了更为丰富的购买选择。

此外，国内市场上，新锐品牌往往能够通过线上营销迅速引爆一款产品，短时间内获得大量关注和销售。然而，这种模式的长期可持续性有待商榷，因为随着线上流量成本的逐渐上升，品牌的盈利能力可能会受到挑战。因此，对于公司而言，开发真正的头部品牌客户，建立稳定的项目合作关系，将成为提升长期竞争力的关键。

Q：明年智能睡眠事业部的增长情况怎样？智能睡眠类产品定位是什么？

答：展望明年，智能睡眠业务预计将迎来显著且迅速的增长。今年，公司并不急于追求收入的即时统计，而是将重心投放于美容健康及智能睡眠品牌的全球战略部署上，致力于长远的公司品牌建设与市场拓展。

至于智能睡眠类产品的定位，公司将其锚定为非传统供应链所能轻易涉足的高端领域，包括但不限于创新的止鼾枕以及专为改善睡眠质量设计

的助眠垫等。这些产品主要面向欧美日等市场，旨在满足消费者对于高品质智能睡眠解决方案的迫切需求。

Q：客户是否有申请关税豁免的可能性？是否有客户提前下订单的情况？

答：关于客户申请关税豁免的可能性，目前尚需等待相关政策的正式出台与具体实施细节方能制定进一步的行动策略。至于客户提前下单的情况，确实有少数客户出于对未来关税政策不确定性的考量，采取了有限度的提前订购措施，但这些订单的数量相对较少，并未对公司的备货计划产生显著的影响。

Q：美国客户进口公司产品目前适用的关税是多少，公司是以什么品类报关出口？

答：目前，美国客户进口公司产品所适用的关税税率以产品主要材质和产品功能等决定，例如，进口公司花洒等塑胶类产品适用关税税率一般为 7.5%，而五金类产品，其关税税率一般是 25%。

Q：公司目前库存状况如何？

答：公司的生产模式遵循以销售为导向的原则，即根据客户销售订单来确定生产计划。库存结构主要包括原材料、半成品及库存商品等。在制定采购计划时，公司会综合考量现有库存状况以及客户的实际需求。

对于库存管理，公司始终保持高度的重视，并将其视为公司经营管理的关键环节之一。存货周转率作为衡量库存管理效率的重要指标，已被纳入相关部门的绩效考核体系（KPI）。

就当前的库存状况而言，公司认为存货水平处于合理范围内。

	<p>Q：目前的产能利用率如何？</p> <p>答：公司的装配环节目前的产能利用率大约在 75%左右，相比之下，零件制造环节的产能利用率则处于一个相对较高的水平。从整体上看，由于公司采用了制造布局上的自制与外协的灵活策略，这使得公司的整体产能利用率保持在一个较高水平，并且具备良好的弹性适应能力。</p> <p>Q：对于海外工厂的管理及未来成本变化的看法是怎样的？</p> <p>答：在越南设立海外工厂，在其运营初期，相较于国内工厂，成本偏高，这主要是由于生产效率、管理协调等方面存在的暂时性差异所导致的。</p> <p>越南工厂建设进程加快，预计将于 2025 年第二季度开始投产，公司希望通过这一前瞻性的布局，逐步缓解并优化成本压力。在投产初期，为确保生产质量和效率，公司将派遣专业团队前往越南进行必要的技术指导与支持。但与此同时，公司也特别强调本地化运营的重要性，致力于在技术和供应链层面实现深度整合，以促进工厂的可持续发展。</p> <p>此外，越南工厂将优先满足公司自身的业务需求。随着项目的不断推进，公司还将规划并逐步实施对当地配套供应商的扶持策略，旨在共同推动区域产业链的发展与繁荣。</p> <p>Q：越南工厂规划建设多少期？</p> <p>答：越南工厂的整体建设规划是分三个阶段逐步展开的。目前正在进行的是第一期建设，其预设的产值规模是 4 至 5 亿元人民币。值得一提的是，由于当前场地尚有较大的余量空间，公司也在积极考虑未来可能进一步增加投资规模，以期更好地利用资源并满足市场需求。</p>
附件清单	无