

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：2025-004

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	申万轻工、景顺长城、中金公司、广发基金、鹏扬基金、平安证券、博时基金、嘉实基金、大成基金、工银理财、长江资管、新华基金、国泰基金、北京柏治、文淵資本、HGNH、上海顶天、兴业基金、中信期货、深圳融信盈通、安联保险、上海富诚海富通、循远资管、上海冲积私募、富安达基金、上海电气、中融信托、上海泰旻、天风证券、信达证券、源乐晟、源峰基金投研、诺安基金、道生投资、农银汇理、浦银安盛权益投研、寻常投资、度势投资、前海联合基金、华富基金、华商基金、华泰保兴、海辰投资、深高私募、第一创业证券、东北证券、国富人寿、国联证券、汇安基金、益和源资管、于翼资产、首创证券、西部利得基金、西部证券、亚太财险、源乘投资、远信私募、长安基金、长城人寿、招商证券、浙商证券、中国人保资管、中银国际证券、东方财富、建信养老金、太平洋资产、阳光资产、宏利基金、创金合信基金、华夏久盈、天治基金、中兴威投资、鼎睿资产、九祥资产、招商信诺、玄元基金、星汉灿烂资产、明达资产、天猷投资、榕果投资、恒越基金、琮碧秋实基金等机构
时间	2025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>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>松霖科技以“三三一”战略为核心，聚焦机器人、大健康软硬件及智能厨卫三大领域，深化技术、设计、制造三大底层共享能力，通过 IDM 模式整合产业链，打造“技术+设计+智造”三位一体竞争力，服务全球客户。在机器人领域，依托松霖机器人科技公司优先进入机器人底盘、工业类机器人领域；大健康板块通过智能测肤仪、美容仪、冲牙器、止鼾枕、睡眠监测仪、智能瑜伽垫等硬件构建检测-预防-治疗-康复全场景生态；智能厨卫体系则融合智能控制、节能环保技术，升级并满足消费者需求的智能厨卫空间。公司同步推进智能制造升级，以 IoT+AI 技术融合优化生产，强化</p>

KT（核心技术）+ID（工业设计）双驱动，并通过全球化布局覆盖 50+国家与地区的市场，整合研发资源与供应链，以多品类协同优势实现细分领域差异化竞争，最终形成高质量可持续增长引擎。

公司始终坚持“创新、设计、智造”的经营理念，借助成熟的研发模式，专注各品类的技术创新及产品研发与市场需求的紧密结合，加快构建新品类发展格局，以技术创新和数字化转型引领公司高质量发展。

报告期，公司实现营业收入 301,498.96 万元，同比增加 1.06%，其中，境外营业收入 226,413.23 万元，同比增加 16.69%，占营业收入的 75.10%；境内营业收入 75,085.74 万元，同比减少 28.02%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 41,574.79 万元，同比增长 16.22%。

大健康软硬件业务：实现营业收入 35,886.52 万元，同比增长 18.00%。公司持续加大研发投入，推动大健康软硬件业务的融合与技术创新，将美容健康品类、智能健康硬件与饮水健康融合发展，积极布局，致力于打造智能化、多元化的大健康软硬件生态体系。

智能厨卫业务：实现营业收入 253,236.90 万元，同比减少 1.63%。公司厨卫品类以智能化、绿色化为出发点，突破传统的满足消费者基础家居生活需求的局限，将新技术、新功能融入以智能、绿色为核心的更广泛更多品类融合的集成式智能厨卫品类。打造集智能控制、节能环保于一体的智能厨卫体系将是公司后续重点的创新方向。

公司与投资者就关心的问题进行交流，互动交流摘要：

Q：2024 年公司的经营情况如何，业务有哪些变化？

答：2024 年，公司的经营情况稳健，整体营收稳中有增，但收入结构有所调整，主要业务板块有：大健康板块和智能厨卫板块，公司将美容健康品类、智能健康硬件与饮水健康等品类融合归入大健康类别，致力于打造智能化、多元化的大健康软硬件生态体系；原来的厨卫业务升级为智能厨卫板块，将重点打造集智能控制、节能环保于一体的智能厨卫体系。2025

年新增机器人业务板块。

2024 年，大健康软硬件业务实现营业收入 35,886.52 万元，同比增长 18.00%；智能厨卫业务实现营业收入 253,236.90 万元，同比去年略有下滑。

Q：2024 年公司利润增长的主要驱动因素是什么？

答：2024 年，公司利润增长的主要因素包括：1. 收入结构优化且创新产品占比增加，综合毛利率提升；2. 运营效率提高，资产质量持续改善，资产减值损失和信用减值损失的减少对利润增长产生积极影响；3. 出口业务规模持续扩大，外销收入实现快速增长，受人民币汇率波动影响，公司出口业务形成外汇收益，进一步增厚了利润。

Q：针对大健康软硬件业务的变化，主要增加了哪些方面的服务？整体商业模式有没有因此发生改变？大健康软硬件业务当前服务的老客户群体还是在拓展新客户？

答：大健康软硬件业务现在更加注重算法和模型的自研，整体商业模式和经营方式并未发生改变，仍是以硬件销售为主，并且产品会跟随技术进步不断迭代更新。既有服务老客户，也开发了增量客户。新品类如睡眠健康等产品，公司正在积极开拓包括日本、美国和欧洲等新市场，并与这些新客户推进项目转化。

Q：在美容健康领域，增长品类主要有哪些？公司还有哪些潜在储备的新品及其规划情况？

答：美容健康领域的增长主要源自于美容仪等产品类别。在大健康领域，公司亦涉足包括睡眠辅助产品、智能口腔护理产品、饮水健康产品等。公司计划推出更多增速较快的新产品，并且每个主要品类均拥有自己的新品储备。

Q: 美容护理类产品的增长主要来自哪些品类或客户?

答: 美容护理类产品的增长主要来自国外客户, 尤其是美容仪等细分品类。同时, 公司正在与一些大客户进行合作研发, 但项目转化需要时间。

Q: 越南产能是否能够完全覆盖对美出口的需求? 公司如何与客户分摊关税问题的影响?

答: 随着越南产能的提升, 基本可以覆盖对美国出口的需求。尽管已加征关税, 但通过调整订单转移和产品定价策略, 公司能较好地应对这一影响。

Q: 越南工厂目前产能爬坡进展如何?

答: 越南工厂预计于第二季度开始生产, 预计一年后实现产能目标, 目前尚未开始生产。

Q: 在受到关税影响和原材料变化的情况下, 公司 2025 年的毛利率会落在什么范围?

答: 预计 2025 年的毛利率会保持相对稳定的水平, 虽然大健康产业收入占比会提升, 但由于当前的关税影响等因素, 整体毛利率仍有望保持稳定。

Q: 今年原材料价格波动对整体毛利率的影响如何判断?

答: 原材料价格波动对毛利率的影响相对有限, 因为公司与客户有价格联动调整机制。

Q: 国内产能利用率及产能布局情况如何?

答: 国内产能布局分为制造层和装配层, 产能可灵活调配。制造层以外部供应商合作和自产两部分构成, 公司可以通过调整外发比例灵活调整制造层产能; 而装配层投资小且可适应部分转移需求, 所以越南产能增加不会让国内产能出现闲置。

Q: 2025 年, 公司的业务规划和目标是什么?

答: 2025 年, 业务规划上, 公司将坚定不移践行“三三一”战略, 即聚焦机器人、大健康软硬件及智能厨卫三大领域, 持续深化 AIOT、设计、制造三大底层共享能力, 丰富产品品类, 提升细分市场领域产品覆盖率, 用技术创新创造价值, 同时建设全球客户网络, 推进产研全球化布局, 实现公司高速、高效、高质量发展。

2025 年, 公司的业绩目标是围绕完成股权激励计划目标展开。

Q: 公司现在机器人业务这一块后面的一个发展的规划和目标是什么样的, 以及目前的最新进展情况?

答: 公司本年度确立了明确的目标, 即布局机器人领域。为实现此目标, 公司计划采取并购与技术研发并行的策略。近期, 公司成功并购了厦门威迪思, 此举主要基于对该公司在研发技术及团队能力方面的高度认可。结合公司自身的优势, 致力于发掘能够迅速实现商业化并带来收益的垂直应用领域的机器人产品。公司计划将威迪思的智能底盘运动系统及技术与公司的核心能力相结合, 往工业类机器人方向发展。

Q: 公司今年完成股权激励目标的执行度如何?

答: 尽管面临压力和挑战, 但基于对项目研发的自信和对各品类增长点的深入理解, 公司对完成股权激励目标充满信心。

附件清单	无
------	---