

深圳市骏鼎达新材料股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20241225

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	山西证券、国泰君安证券共计 6 人
时间	2024 年 12 月 25 日 15:00
地点	深圳市宝安区沙井街道民主西部工业园 E 区 2 栋骏鼎达公司三楼会议室交流
上市公司接待人员姓名	财务负责人 肖睿 董事、董事会秘书 刘亚琴 证券事务专员 肖荣贵
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司董事会秘书就公司拟在摩洛哥投资设立子公司进行介绍。</p> <p>该项对外投资系公司“出海”的又一举措，选址在摩洛哥系摩洛哥地处非洲西北端，该国北部与欧洲国家西班牙、葡萄牙隔海相望，在摩洛哥投资设立子公司可以积极响应国外客户的需求，覆盖欧洲等区域客户，本项目预计投资总额为不超过 1 亿元人民币或等值外币，投资金额主要用于设立摩洛哥子公司、购买土地、新建厂房及装修、购买生产设备及配套设施等相关事项。公司拟在摩洛哥购置工业用地约 2.6 万平方米并建设厂房、仓储、办公室等，目前该项投资尚未取得政府相关部门的备案或审批。</p> <p>二、问答环节</p> <p>问题 1：请问公司拟在摩洛哥投资设立子公司系针对哪些行业的客户？</p> <p>答：欧洲区域系公司主要出口市场之一，摩洛哥子公司投产</p>

后将承接原欧洲区域的存量客户，同时公司会开拓欧洲区域内的多个行业的客户，摩洛哥子公司投产后未限定特定行业的客户。

问题 2：公司在摩洛哥设立子公司，境外客户在导入前是否对生产场地有审核要求，公司为何在海外投资设立子公司？

答：大部分客户需对生产场地进行审核，客户希望可以就近配套服务，节约物流成本和时间，快速响应需求。

问题 3：公司下游收入中来自境外区域的收入是否主要系汽车行业客户？

答：2024 年上半年，公司来自境外地区的收入为 78,289,181.66 元，占比公司营业收入的比例为 21.54%，行业分布则比较广泛，主要包括工程机械和通讯电子等。

问题 4：公司会在东南亚区域进行布局吗？

答：公司坚持国际化运营，目前已在墨西哥设立子公司且拟在摩洛哥投资设立子公司，这两个子公司将主要面向北美洲、欧洲等区域的客户，待公司海外子公司运营经验积累，未来将依据下游客户的需求，以就近客户布局为原则，探索设立覆盖其他境外区域，如：东南亚等区域的国外工厂、销售办公室、仓库的可行性。

问题 5：请介绍一下墨西哥子公司的最新情况？

答：墨西哥子公司于 11 月下旬开业，目前 1、公司已开始和部分存量客户沟通转至墨西哥子公司成交；2、墨西哥子公司正在进行质量管理体系认证审核，待审核完成后将与客户沟通进行生产场地审核等事项以加速导入新客户，墨西哥子公司的运营暂时不会对公司的生产经营产生重大影响。

问题 6：请介绍一下公司境外子公司的管理原则和操作方法。

答：公司坚持国际化运营大方向不变，争取实现本地化管理目标，力求把公司内部管理标准输出到目标国，同时尊重目标国的法律制度、政策体系、商业环境、文化习俗等，力争实现企业的在海外的稳定长远发展。

问题 7：公司在海外区域的竞争对手情况请介绍一下，公司具有哪些竞争优势？

答：目前主要竞争对手为外资厂商，公司凭借快速响应客户需求，已逐步发展成为高分子改性保护材料行业的国内领先企业之一，产品技术和服务能力已比肩外资优势企业，公司相较于外资竞争对手具有一定价格优势，同时公司掌握配方开发的核心技术，可以快速响应客户的新产品和新应用场景等的开发需求，具有反应灵活等优势。

问题 8：东莞购置工业工地并计划建设厂房等扩大产能，建设期大概多久？

答：该项目目前尚未开工，正在遴选施工方，预计近期开工建设，计划建设周期为 2 年，将依据建成投产时公司的实际生产经营面积需求考虑是否承接东莞骏鼎达现阶段租赁的生产场地产能。

问题 9：公司在国内多地设立生产场所的原因？

答：基于缩短交付周期，就近客户生产，缩短供货半径，满足下游客户需求等原因。

问题 10：苏州骏鼎达目前产能利用率如何？

答：苏州骏鼎达今年 8 月已投产，承接原昆山骏鼎达的产能并新购置了设备扩大了生产规模，目前在手订单稳定，经营一切正常。

问题 11：公司是否也面临下游市场年度降价的压力？公司会有相应的应对措施吗？

答：公司产品下游应用行业分布广泛且公司主要依据商务沟通方式与客户确定销售价格，产品价格依据客户所在行业、竞争态势、性能要求等均有所差异。在面对市场竞争时，公司也会积极管控各项成本与费用，包括但不限于：对设备进行改造和引进自动化设备、通过商务谈判等方式降低原材料成本等。

问题 12：公司后续市场开拓的重点是新能源汽车行业的客户吗？

答：汽车行业是公司产品的主要应用领域，2024 年 1-9 月，公司来源于汽车行业（含新能源汽车行业）销售收入增长较快，同比增加 39.99%。但公司坚持多行业、多区域的发展战略，除了汽车行业外，其他收入来源于工程机械、轨道交通和通讯电子行业，这些行业在今年 1-9 月也均呈现增长态势，除前述行业外，公司积极开拓光伏、储能、医疗等行业的产品应用，公司并不依赖单一行业需求。

问题 13：公司自产单丝的原因？

答：公司自主开发改性配方并生产功能性单丝，可以有效贯彻研发理念，保证产品性能的稳定性和一致性，且单丝作为保护套管的原材料之一，自产自用于公司降低了生产成本。

问题 14：看公司之前披露的资料，工程机械行业单品单价较高，是怎样的定价策略？

答：功能性保护套管产品的细分类别比较多，细分类别不同生产成本也不同，价格也就存在差异。公司的定价策略系公

司根据各个客户的技术要求、采购规模和市场价格等情况，采取“一客一议”和跟随型定价策略，并最终通过商务谈判与客户确定价格。

问题 15: 请介绍一下公司产品在工程机械、通讯电子和轨道交通行业的市场容量情况

答: 公司产品下游领域的应用场景繁多、终端设备类别众多且单机用量差异较大, 故依据产销量和单机用量测算市场规模会导致精准度和参考价值非常有限。公司的功能性保护套管产品是广大下游终端设备提高安全系数、延长使用寿命的重要零部件, 在工程机械、轨道交通和通讯电子等领域具有广阔的市场应用基础, 产品质量、性能和需求亦将不断提升, 市场前景良好, 预计市场规模和发展空间仍将得到进一步扩展。

问题 16: 公司在境外区域销售推广模式具体是怎样, 境外区域的销售毛利率对比境内区域如何, 公司来自美国区域的销售收入变动情况如何?

答: 销售推广模式包括互联网推广和自主开发, 互联网推广是指公司将产品等相关信息上传至相关网站, 提升品牌知名度, 有产品需求的潜在客户通过网络搜索产品信息而与公司进行接洽、合作; 自主开发是指公司通过电话、上门拜访、客户的相互介绍、展会等方式拓展新客户。

关于公司境内地区和境外地区的毛利率情况可以参考公司已披露的定期报告, 对比境内地区, 境外地区的毛利率略高于境内地区, 主要是因为产品结构、下游应用行业等差异导致。2023 年, 公司在美国区域的销售收入占营业收入的比重为 6.91%, 2024 年上半年, 这一比例降低至 5.15%, 公司后续仍将加大境内外市场区域的开拓力度。

问题 17: 如何规避核心技术人员流失导致技术配方泄露风险?

答: 为应对泄密风险, 公司已建立完善的技术秘密保护体系, 并通过与核心技术人员签订保密协议、定期排查外部潜在侵权行为、内部跨部门信息隔离等途径, 加强对核心技术保密的力度。公司已建立了相关内控和保护措施, 确保核心技术秘密员工无法同时掌握核心技术涉及的配方材料名称、采购渠道、结构设计的应用工艺以及与生产工序的结合等全部信息技术, 从而无法全面掌握公司核心技术的运用, 可有效保护核心技术秘密。

本记录表如有涉及未来的计划、业绩预计、业绩估计等方面的前瞻性陈述内容, 均不构成本公司对投资者的实质承诺, 投资者及相关人士对此应保持足够的风险认识, 并且应当理

	解计划、预计、估计与承诺之间的差异。
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 12 月 25 日