

证券代码：301193

证券简称：家联科技

## 宁波家联科技股份有限公司

### 2026年5月14日-5月15日投资者关系活动记录表

编号：2026-004

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 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	国金证券 谢俪丹；和谐汇一 王延飞；宝盈基金 曾凌娜；工银瑞信 袁文韬；泓德基金 刘运昌；国泰海通资管 张钰；华夏基金 郑楷越；盘京投资 陈静；混沌投资 谭力搏；碧云资本 陈喆；东方财富 张毅；开源证券 周佳
时间	2026年5月14日-5月15日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 汪博 证券部 解竣皓、杨嫣丹
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、家联科技董事会秘书汪博带领调研人员参观公司生产现场和展厅，介绍公司的产品及未来的战略规划。</p> <p>二、公司与调研人员就以下问题进行了探讨</p> <p>问题一：公司如何应对原材料上涨？</p> <p>答：公司所处行业相对成熟，原材料价格透明、供需关系稳定，但原材料价格持续上涨仍会对公司造成一定影响和经营压力。公司</p>

已建立产品价格管理制度，会根据成本波动及时与客户协商调价；同时，公司强化成本管理，降低原材料价格波动对生产经营的影响，提升公司整体抗风险能力与财务稳健性。

**问题二：未来公司是否有做 3D 打印耗材自有品牌的规划？**

答：公司高度关注 3D 打印赛道的发展机遇，依托成熟的全域销售渠道和本土化运营策略，公司推出高性价比的绿色低碳类 3D 打印耗材产品，积累了良好的用户口碑与品牌认知基础。针对自有品牌规划，公司将结合未来市场需求、产品特性及公司整体战略等因素综合考量。

**问题三：公司订单能见度一般为多久以及客户的下单模式？**

答：公司订单周期一般在 30-45 天左右，大部分客户会结合自身终端销售表现、安全库存周转情况实时下达采购订单，匹配下游需求灵活波动的行业特性。针对上述订单特征，公司已建立生产响应机制，可根据客户实时下单需求快速调整生产排期，持续优化运营周转效率，全力保障订单及时交付，充分响应客户及终端市场需求。

**问题四：公司的销售模式？如何进行产品定价？**

答：销售模式方面，公司形成“亚洲研发、全球智造、本地化服务”的全域销售体系。内销端，公司持续加大国内市场开拓力度，深耕餐饮、茶饮、商超等核心消费赛道，已与多家细分领域头部客户建立直供合作关系，有效缩短需求响应链路、提升服务效率；外销端，依托美国、泰国等境外布局的生产基地及属地化销售服务团队，实现海外订单本地化交付与全链路售后支持，大幅降低跨境履约成本，强化海外客户合作粘性。产品定价方面，公司以成本加成法为基础，综合考量原材料价格波动、订单规模、客户质量要求及市场竞争态势进行动态调整。

**问题五：公司所处行业技术壁垒如何？**

答：日用塑料及生物降解制品行业整体进入门槛偏低，但在当

	<p>前环保监管趋严、下游客户对供应链稳定性要求提高的背景下，规模化、高质量生产的门槛显著提升。具体而言，生物降解材料的改性配方、工艺、专用设备适配等需要长期研发投入和产业化经验，新进入者短期内难以形成有效产能。公司作为行业内的技术领先企业，已掌握多种生物降解材料的深度改性技术，并实现了从材料改性、模具开发到制品制造的一体化布局，能够快速响应客户定制化需求。</p>
日期	2026年5月14日-5月15日
未公开重大信息泄密的处理过程及责任追究情况（如有）	本次调研活动期间，公司不存在透露任何未公开重大信息的情形。