

证券代码：002925

证券简称：盈趣科技

厦门盈趣科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2018-002

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
参与单位名称及人员姓名	<p>华鑫证券黄凯，沅厚资本卢凌，中天国富证券熊奇，益菁汇资产杨逸林，雷钧资本李武跃，泉汐投资张扬，山狮投资施易成，顶天投资何柏延，星石投资周靖淞，华金证券杨维维、王洁婷，华安基金沈少捷，国泰基金王兆祥，上海元泓投资常文强，博时基金郑是春，东北证券闻学臣、马良、张世杰，中欧基金袁维德，中邮基金朱彦頔，国泰君安刘易、安小涛、侍相宇、王政之、韩依凡，华泰证券孔凌飞、彭茜，中银基金丁戈，南土资产何亚东，源乘投资余跃芬，上海森旭资产赵琰，招商证券陈曦、何怀志、唐牧嘉，富国基金孙彬，上海汇利资产朱远峰，万噸资产赵莹，广发基金司伟，承周资产胡冰寒，相生资产张小嘎，景林股权投资王露、刘奇，方正证券徐建科，上海集元资产高岚，匹克投资许志谦，天风证券张倩，海通证券程碧升，泰康资产王伟，交银施罗德基金封晴，华创证券桑梓，申万宏源孙永旭，投资者葛云霄、舒周文、李锦雄。共计 54 人。</p>
时间	2018 年 2 月 7 日 09: 30-13: 00
地点	厦门市湖里区嘉禾路 588 号盈趣科技大厦
上市公司接待人员姓名	董事会秘书杨明、财务总监李金苗、证券事务代表高慧玲、董事会办公室薛若兰
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司参观：</p> <p>参观公司智能制造工厂、工业测试机器人实验室、智能家居产品展示厅等。</p> <p>二、座谈交流</p> <p>1、与 PMI 合作机缘是什么？</p> <p>回复：公司自前身网控事业部组建以来，十多年专注于智能制</p>

造领域。在这个领域积累了结构设计及表面处理等多项核心研发、设计与制造技术，凭借技术优势以及业界的良好口碑，PMI 通过其他客户的引荐找到公司寻求合作。

尽管公司的客户分布在不同的行业领域，但是我们所研发生产的产品相关技术都是相通的，技术人才储备也相似，所以经过双方多次洽谈，及 PMI 严格的资质审查后，最终达成合作意向。

2、公司和 PMI 定价模式是怎样的，PMI 是否有第二供应商？2017 年上半年电子烟收入 6 个多亿，能否告知对应的电子烟的产量情况？

回复：公司采用成本加成法向 PMI 提供报价。国际知名企业拥有较为完善的供应链管理和风险控制体系，按照他们通用的采购原则，通常不会只与一家供应商进行合作。关于电子烟产量问题，请大家根据公司披露的招股说明书进行大致的估算。

3、公司和国际知名企业的合作模式是高度定制化，这是不是意味着合作方式有排他性的问题？

回复：公司和客户均不存在排他性约定。目前我们正处于一个竞争日益激烈的时代，国际知名企业不存在排他唯一性，公司对竞争也保持积极态度。

4、若中烟拟寻求与公司合作电子烟产品，公司会和他们合作吗？

回复：公司业务模式最大的特点是产品高度定制化，单一产品向单一客户专供。尽管客户对供应商不存在排他性问题，但是根据公司多年来确定的战略方针和经营原则，目前没有这种可能性，我们也没有收到这方面的信息。

5、固定资产仅为 1.4 亿元左右，为什么偏少？

回复：公司尚属于轻资产型公司，固定资产主要是公司位于厦门市湖里区嘉禾路 588 号的办公大楼以及相关生产设备，办公、生产场地有较大的租赁比例。其中主要生产设备为贴片机、注塑机、净化系统喷涂设备，测试设备等，此外还有很多自动化设备都是公

司自主研发的，比如注塑件抛光平台、电性能自动测试平台、自动铣胶口、自动点胶机等。以上这些因素都是公司固定资产较少的原因。

6、一月份美元升值，公司一季度汇兑损益大致情况如何？

回复：公司以出口业务为主，外销业务结算货币主要为美元，汇率波动将对第一季度业绩有一定影响，具体影响情况详见后续的相关公告。我们也将采取一些措施降低汇率波动对公司业绩的影响，如开展远期结售汇业务，该事项经股东大会审议通过后方可实施。

7、电子烟部件产品的出货价格？

回复：因为产品的销售价格涉及到公司的商业秘密，所以无法明确告知相关信息给您。同时，因为公司也并未公开披露该项信息，鉴于信息披露合规性考虑，我们也无法提供。

8、招股说明书中披露公司以后将投资建设展示体验店，是打算将公司自有品牌产品铺到市场终端吗？

回复：智能家居业务是公司的一个业务方向，公司在这一行业已拥有多年的技术积累、人才储备及市场探索。因考虑智能家居产品作为一种创新消费电子产品，消费者在选择产品时除关注外观与功能设计外，可能会更加关注使用体验，所以在招股说明书披露的募投项目“Intre+智能家居产业化项目”中有提及将在全国主要消费区域建设直营体验店，使得消费者可以到公司设立的体验店内更加直观地了解与体验产品。后续，公司也会根据市场变化情况、发展战略及财务状况实施该项目或予以调整营销推广策略。

9、公司有国外对标公司或者有国内对标公司吗？

回复：因为公司的UDM业务模式（产品高度定制化）以及客户分布在不同的行业领域，即由于业务和客户的特征，所以找到完全相同的对标公司比较困难，招股说明书中披露的几家公司在单个领域与公司的产品或行业相似，但不是与公司业态完全相同的对标公司。在智能控制部件领域，国内对标公司主要有拓邦、和而泰等；在电子烟部件产品方面的，国内相似的公司主要有麦克韦尔、艾维

普思。国外对标公司尚未深入研究，实际上，相较于关注竞争对手情况，我们更为关注的是为客户创造高价值和提供一流的产品。

10、公司是怎样适应 PMI 扩产的，扩产周期是多久，扩产是否存在瓶颈？

回复：国外知名企业的营销计划和采购计划高度匹配，通常会提前几个月将预测订单提供给我们，以便我们做好人员、场地、设备、原材料等相关安排。因为在电子烟部件产品扩产中，当前比较核心的要素是公司自主研发的自动化机器设备，全新的设备通常 3-6 个月可完成研发调试等相关工作，扩产的设备只需要在短时间内复制和调试就能上线，从目前来看，尚不存在扩产瓶颈。

11、您认为是否有 3C 行业厂商也会进入到电子烟注塑行业？

回复：注塑行业是一个传统行业，也是一个充分竞争的行业。但是，是否能生产符合客户要求的产品，是否能通过客户严格的供应商考核、进入其供应链体系和参与国际研发分工，是否能完成电子烟精密塑胶部件生产中的多项技术突破，以及合作是否能给客户创造价值等等，都是进入这个领域需面临的问题。

12、销售费用低的原因？

回复：公司销售费用较低的主要原因如下：（1）客户集中度较高，客户开发及维护成本低；（2）主要为按客户需求订制，在客户项目及产品开发过程中，技术研发等部门人员会共同参与，销售人员主要负责销售订单的执行跟踪，因此，销售人员数量较少；（3）公司客户主要为国际知名企业及科技型企业，该等客户主要对质量控制及研发创新能力较为重视，一旦进入其供应体系，合作稳定性高；（4）公司与国际知名客户建立了长期稳定的业务合作关系，这些客户群体间产生的口碑传播，降低了市场拓展成本和困难；（5）公司倡导 3POS 文化和运动文化，我们经常邀请客人一起参加跑步、打篮球等各项体育运动，保持与客户的关系健康。

13、您认为在公司客户、股东、员工排序情况是怎样的？

回复：公司的核心价值观是：客户至上，质量第一；诚信经营，

合作共赢；敏捷团队，繁荣家园。所以在盈趣科技，客户应该排在首位，同时我们也非常关注股东和员工、关注供应商和社会，这些也蕴含在公司长期践行的 3POS 企业文化的含义中，也体现在我们的日常管理和行为里。

14、公司离职率怎样？

回复：公司离职率相对较低。公司经营管理团队和核心骨干都非常稳定。主要原因如下：（1）在盈趣科技，我们倡导全体员工像一家人一样工作，所以我们把员工都统称为“Sibling”，即兄弟姐妹的意思。在公司互相不能称呼职位，倡导平等的工作理念；（2）公司提供的薪酬待遇在厦门市还是有优势的；（3）员工激励方式较为丰富，除了股权激励之外，还有各种经营奖励等；（4）盈趣科技是一个较为年轻的团队，所以我们公司的企业色是橙色，代表激情与活力；在公司，我们鼓励年轻员工大胆尝试，给大家提供各种实现自我价值的平台，让员工有归属感。

15、公司单一产品向单一客户专供的模式是否会转变成一个产品向多个客户销售？

回复：您好。单一产品向单一客户专供是我们多年以来一直坚持的经营原则，主要是为了与客户建立长期信任的合作关系。多年的经营实践证明，我们选择的这一经营原则，得到了国际一流客户的认可和信任。目前我们没有计划要改变现有的经营策略。

16、公司是否有开拓新客户？

回复：公司目前和 PMI/Venture、罗技、雀巢/WIK、Prove craft、Asetek 等客户的合作关系非常稳定。一方面，我们将争取现有客户的新产品和新项目；另一方面，我们也在积极拓展和储备新的客户。目前手上有也有一些新客户尚处于前期合作阶段。

17、根据公司招股说明书显示，公司产能利用率已接近 100%，而公司海沧新办公厂房在 2019 年才能竣工，是否会影响公司的产能扩张？

回复：公司产能利用率一直较高，但是产能和产量是匹配增长

的，主要是因为公司通常都是按照客户的订单情况进行产能扩张，而不是进行盲目的扩张。正如前面所述，国际知名企业通常会提前几个月将预测订单提供给我们，以便我们做好人员、场地、设备、原材料等相关安排。

海沧创新产业园的竣工时间对公司产能扩张安排不会产生太大影响，因为一方面我们可以通过租赁方式解决产能扩张所需的场地问题；另一方面，公司属于离散型制造模式，可实现柔性化生产，生产线组合灵活，且不需要占用较大的空间；再次，公司通过不断研发自动化设备，减少人力，提高生产效率等。

18、产业链延伸计划及相应的资金投入情况如何？

回复：公司在巩固 UDM 智能制造业务的基础上，还将继续加强智能制造整体解决方案、智能家居领域及汽车电子产品的研发及推广。其中，智能制造整体解决方案服务能力提升项目属于公司募投资项目之一，总投资约为 3 亿元；公司将根据未来的发展战略、市场变化情况及公司财务状况及时调整智能家居和汽车电子相关领域的投入。

19、为什么收购厦门盈趣汽车电子有限公司？

回复：公司 2014 年收购盈趣汽车电子主要是为了满足公司汽车电子业务发展需要，扩大经营规模。因为在收购盈趣汽车电子之前，公司已经拥有了少量汽车电子产品相关业务，但是当时我们主要专注于轿车领域，盈趣汽车电子专注于客车领域，收购后双方业务互补，符合公司的发展战略。

20、电子烟销售收入增长快的原因是什么？

回复：公司电子烟销售收入增长主要与下游行业旺盛的市场需求相关。我建议大家不要只关注我们的电子烟部件产品，而应该更为关注公司的智能制造能力、技术研发水平、质量控制能力、管理团队及企业文化等方面，这样才能更为全面地了解公司情况。

21、智能制造解决方案给客户何种服务，智能制造整体解决方案是怎样形成的？

回复：公司智能制造整体解决方案是基于自主研发的 **UMS** 联合管理系统，实现生产信息化和产品质量全程管控，并通过自动化设备及测试机器人的使用，减少人工成本、提高生产效率及产品质量水平。客户主要为机械、电子等行业中小型企业。智能制造整体解决方案主要由 **UMS** 联合管理系统和自动化制造体系两部分构成。

在与国际知名企业多年的合作中，我们深刻体会到，要生产好的产品，必须在研发产品的同时，研发生产产品的制造体系，包括制造软件系统及自动化体系。公司智能制造整体解决方案正是基于公司多年在工业智能制造领域的经验积累中形成。

22、公司采用的事业部管理模式吗，**PMI** 业务很好，公司是怎样激励相关骨干人员的？公司上市后，如何激励新加入的管理层和核心骨干呢？

回复：公司目前基本没有实行业务部制管理模式。在新产品导入方面，采取的是项目主导型方式，一个项目涉及到项目管理人员、软件研发人员、结构研发人员、电子研发人员、业务人员、采购人员等多个部门，通过大家齐心协力，团队合作，方能实现项目的成功。公司员工激励方式较为丰富，对于核心骨干员工，除了股权激励之外，还有实施项目奖励、经营奖励等；同时，在公司，我们鼓励年轻员工大胆尝试，给大家提供各种实现自我价值的平台，让员工有归属感。未来，我们也有可能继续通过实施股权激励等方式吸引和留住人才。

23、公司是否有拓展罗技其他产品线（如鼠标和键盘）的可能性？

回复：公司在建立与现有客户稳定合作关系的基础上，为客户创造高价值、并服务好客户的同时，也一直在积极争取现有客户的新产品和新项目。

24、电子烟设备营销策略和定价策略是怎样，我们公司和 **PMI** 合作，是否存在竞争对手？

回复：**PMI** 是世界第一大烟草公司，关于电子烟产品的营销策

略和定价策略等可以查阅 PMI 年报等公开披露信息。国际知名企业拥有较为完善的供应链管理和风险控制体系，按照他们通用的采购原则，通常不会只与一家供应商进行合作。与此同时，国外客户诚信度很高，他们对待诚信问题如同珍惜自身的羽毛一样，所以如果公司能为其提供优质的产品和服务，能为客户持续创造高价值，其变更供应商的概率相对较小。如同之前所提及：实际上，相较于关注竞争对手情况，我们更为关注的是如何为客户创造高价值和提供一流的产品。

25、若未来电子烟的产能以几何级扩张，公司是否应付过来？

回复：自 2014 年双方合作开始，这几年电子烟部件产品的产能产量都呈快速增长态势，公司一直以来都在根据客户的订单需求不断地调整产能，提前做好人员、场地、设备、原材料等相关安排，以满足客户的需求。目前公司已经掌握生产电子烟产品的自动化机器设备的研制，且公司拥有多年以来积累的智能制造经验；若未来电子烟部件产品采购需求快速增长，我们会积极配合客户做好相关生产制造等安排，以满足客户的需求。

26、假设新的竞争对手愿意以低价为 PMI 供货，公司如何应对？

回复：国际知名企业拥有严格的供应商考核体系，在供应商评审过程中，其综合考虑的因素很多，产品价格确实是其考核的其中一项重要因素。PMI 品牌电子烟属于创新型、市场引入期产品，由于产品的形态使得其对电子烟装置的材料使用、工艺要求、质量、性能及外观等要求都极高。另外，关于电子烟产品的毛利率高的原因，是很多方面的因素综合形成的，我们在招股说明书中也做了充分和详细的说明及披露。

公司深入参与到客户研发的过程中，在生产电子烟精密塑胶部件方面，积累了多项核心技术，掌握这些技术和能力需要一定的时间。实际上，我们希望有竞争对手的存在，因为这样会促进我们的成长。

总体来说，风险是存在的，我们也已在公开披露的文件中充分

揭示了相关风险。

27、公司出口退税率如何？

回复：公司不同产品适用于不同的出口退税率，出口退税率范围为 5%到 17%。

28、公司研发自动化机器设备主要考虑哪些因素？

回复：理论上，大部分工序都可以通过自动化机器设备予以替代。在选择机器换人的工序时，主要衡量该生产工序的重要型、技术可实现性、现有资源、成本效益以及客户的订单情况等多种因素。

29、各类产品研发占比情况如何？

回复：公司拥有两种研发模式，一是以基本制造、基础性技术为主的自主研发模式，二是以性能完善、可制造性完善为主的协同研发模式。目前，公司主要围绕现有核心技术储备进行研发，比如控制类相关技术和无线类技术等。与此同时，我们也会配合客户未来产品的发展方向进行相关技术储备和布局。

30、客户从下订单到终端消费市场需要多长时间？

回复：一般情况，国际知名企业会提前提供给公司 3-6 月滚动预测订单，下达正式订单到交期一般为 1 个月左右。至于品牌商取得产品后再发送至终端消费市场的时间，我们也不是很清楚。

31、公司除电子烟部件产品外的其他产品毛利率稳定的原因什么？

回复：公司除电子烟部件产品外的其他产品毛利率较为稳定，主要原因如下：（1）该产品终端售价较为稳定；（2）客户对产品持续进行更新换代；（3）公司有效的成本管控；（4）质量控制和较高的成品率；（5）对供应链进行整合等。

32、电子烟产品更新的频率是多久？

回复：一般来说，消费电子产品更新频率相对较快，一般是 1-3 年。但是，电子烟产品为创新型产品，其对应市场尚处于市场引入期，客户不断推出的多种颜色和型号实际上也属于产品更新的一种形式。关于其更新的频率，请大家关注该行业公开的信息。

33、水冷控制系统客户本身收入规模并不大，对咱们是否是天花板，该产品后续增长动力来源什么？

回复：公司对于 Asetek 来说采购规模占比较高，但这并不能说明这是这个行业的天花板，因为该客户所处的行业还是不错的。关于客户的市场推广情况请关注 Asetek 公开披露的信息。

34、客户是在什么阶段开始与公司进行合作的？

回复：每个产品的情况都会有一些差异。公司与大部分客户都是从研发阶段就开始建立合作关系，对于一些已经完成前期研发及产品设计的项目，公司在承接客户业务后，也会为客户提供针对产品可生产性的设计方案建议，以及全流程的测试和验证。

35、公司是否能延续 PMI 电子烟新产品的研发生产？

回复：公司和 PMI 合作关系一直非常稳定，在电子烟部件前期研发设计中参与度高；若 PMI 推出新的电子烟产品或项目，基于双方的合作基础，我们一定会努力争取的。

36、公司海外子公司布局是基于何种考虑？

回复：目前公司已经在境外设立了 5 家全资/控股子公司，分别为香港盈趣、马来西亚盈趣、加拿大盈趣、马来西亚模具和匈牙利盈趣。设立境外子公司的原因主要是基于优化公司智能制造产业布局，贴近客户服务方面考虑的。

37、目前马来西亚盈趣和匈牙利盈趣两家子公司经营状况如何？

回复：马来西亚盈趣于 2016 年设立，主营业务为高端注塑、喷涂及塑胶件二次加工，目前已经投产。匈牙利盈趣于 2017 年设立，目前该公司业务尚处于前期筹划阶段。

38、塑胶件自制比例是多少，对外采购占比多少？将来会有调整吗？

回复：光从公司电子烟部件来看，生产所用主要塑胶部件的数量自给比例约为 45% 左右，外购数量占比约为 55% 左右。未来自给比例将保持 45% 左右，因公司生产和运营计划的调整，会有一些浮

	<p>动。</p> <p>39、电子烟能否能进入美国市场，会严重影响电子烟销量吗？ PMI 为什么先进入日本市场？</p> <p>回复：每个国家对电子烟市场的管控政策不同，每个国家消费者对电子烟产品的消费偏好也不同，所以电子烟产品市场推广节奏和受欢迎程度也不同。关于电子烟未能进入美国市场的影响程度，我们不好判断。关于 PMI 市场推广情况，请大家关注 PMI 公开披露的相关信息。</p> <p>40、UDM 模式的技术壁垒是什么？</p> <p>回复：公司 UDM 模式，是以 ODM 模式为基础，通过自主创新的 UMS 系统，形成了高度信息化、自动化的智能制造体系。该模式中的 UMS 联合管理系统、ITTS 测试系统及自动化体系的建设都有一定的技术壁垒。</p> <p>41、客户通过转单方式与公司建立合作关系的情形多吗？</p> <p>回复：公司与大部分客户都是从前期研发阶段开始建立合作关系，但是也有客户通过转单方式与公司建立合作。对于该类产品 and 客户，我们会为其提供可生产性设计方案建议，以及全流程的测试和验证，并为其后续的更新换代提供外观、功能及性能的改善建议等。</p> <p>42、我们与客户价格变更频率是多少？</p> <p>回复：通常每个客户都会定期给一些降价目标，降价幅度是双方协商洽谈的结果。</p> <p>43、预估未来技术开发费用会是多少？</p> <p>回复：公司一直非常重视技术研发，建立了较为完善的电子研发、结构研发、软件研发及自动化设备研发团队。近几年公司研发费用增长较快，由 2014 年的 2,570 万元增长至 2016 年 7,998 万元。随着募投项目研发中心的建设，我们未来会持续在核心技术、未来技术趋势等方面加大投入。</p>
附件清单(如有)	无

日期	2018年2月7日
----	-----------