

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：2019-012

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	安信证券骆恺琪、东方证券陈宇哲、西南证券蔡欣、东吴证券史凡可、相聚资本白昊龙、融通基金周科帆，共 6 人。
时间	2019 年 11 月 21 日下午 14: 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，董事会办公室汪燕娥、孙镇雄、张玲琼。
	<p>一、公司参观</p> <p>调研人员参观公司智能制造工厂、智能家居产品展示厅等。</p> <p>二、座谈交流</p> <p>1、请谈谈电子烟新产品订单情况？</p> <p>回复：从公开信息来看，电子烟客户今年推出的新产品已于 10 月份开始在日本、韩国、欧洲等国家和地区预售，对于新品市场反响还是非常不错的。目前，新产品整体订单稳定增长。由于产品通常会经历铺货，维稳，迭代等生命周期，所以暂时无法准确预测明年整体订单情况。</p> <p>2、公司今年主要生产电子烟新产品的部件吗？</p> <p>回复：全年来看，老产品和新产品的部件都有生产，近几个月新产品的部件有所增加。</p> <p>3、新产品的生产制造工序变化大吗？目前产能爬坡及良率情况如何？</p> <p>回复：今年推出的新品与上一代产品外观变化不大，生产新产品</p>

整体的生产工艺及自动化机器设备进行部分调整即可满足量产的需求，产能爬坡速度较快，产品良率提升速度也较快。目前，已实现稳定量产，良品率也达到较高水平。

4、公司目前给电子烟精密塑胶部件供货情况怎样？

回复：国际知名企业具有较为成熟的供应链管理体系，客户对电子烟精密塑胶部件的订单是一个动态变化的过程。一般来说，产品在产能爬坡阶段，为了满足市场需求，订单主要根据供应商制造弹性及实际产能等因素予以分配，简单来说，就是谁的交付能力强，谁能快速反应，稳定上量，谁就将取得更多的订单。稳定量产后，客户通常会在综合考虑各项因素后制定较为科学的采购计划和安排，相关采购计划会随着自身产品市场需求、供应链生产能力匹配情况、各供应商的产品质量及交付情况等因素进行相应调整。目前，因为公司制造弹性好，能够快速满足客户的需求，所以订单稳定。

5、您如何看待电子烟产品？

回复：客户的电子烟产品是加热不燃烧的新型烟草产品，不同于烟油式电子烟等其他新型烟草产品。我们非常看好加热不燃烧电子烟行业及客户产品的发展前景，公司电子烟客户从 2008 年开始研发加热不燃烧电子烟产品，累计投入了 45 亿美元研发，并申请了一千余项专利对该产品进行保护。

6、公司如何维持在较高的毛利率？

回复：公司以 UDM 模式为基础，一直秉承为客户提供一流的产品和创造高价值的经营理念。我们与客户从产品前期研发阶段就开始合作，业务模式具有三个显著的特点：第一个特点，产品高度定制化，这需要较高的研发投入，丰富的研发人才和研发技术的储备和积累；第二个特点，单一产品主要提供给单一客户，这是我们长期以来坚持的经营原则及策略；第三个特点，研发产品的同时研发智能制造体系。所以，公司毛利率较高主要与公司的技术研发优势、智能制造优势、质量控制优势、优良的客户群体、优质的产品构成、有效的成本管控、较高的成品率等因素紧密相关。

7、公司产品毛利率下降的原因是什么？

回复：受不同毛利率的产品销售占比发生变化的影响，公司整体毛利率较上年同期有所下降，加之经营费用随着公司经营规模扩大而有所增加，从而导致净利润较上年同期相比有所下降。

8、客户会给公司指定供应商吗？

回复：因为公司产品高度定制化，深入客户前端产品研发，加之公司深耕行业十余年，已构建较为完善成熟的供应链体系，所以一般来说客户不会指定供应商。但是，对于一些重要零部件或者重要的原材料，前期合作时，若客户拥有供应链资源，则会指定供应商，随着双方合作不断深入，公司也可以利用自身供应链管理优势，经客户认可后，选择合作度更好，产品品质及交期等更为优秀的供应商，实现双赢。整体来说，大部分材料的供应商都是公司自主选择的。

9、公司的工人作业会有局限性吗？例如，生产电子烟精密塑胶部件的工人是只会生产电子烟精密塑胶部件吗？

回复：电子制造相关工序作业具有一定的相通性，操作并不复杂，从一个产品线换到另一个产品线，工人经过培训后均能较好地胜任相关工作，虽然前期可能会因为熟练度不同而略影响短期的产量，但是工人的作业技能不存在明显的局限性。为了保持生产线的弹性，我们也在培养和储备多技能工人。此外，公司采用的是 UDM 智能制造模式，自动化和信息化程度高，对于一些特殊及重要的工艺，我们都会自主研发自动化机器设备，而且我们每年都会制定“机器换人”的目标。总体来说，公司的生产制造柔性和弹性均较高。

10、马来西亚工厂和匈牙利工厂目前的利润率水平如何？跟中国工厂的利润率相比如何？

回复：马来西亚盈趣成立于 2016 年，之前主要以生产塑胶部件为主，近两年为了有效应对中美贸易摩擦对公司的影响，公司不断加大对马来西亚的投资规模和力度，并将其定位为公司东南亚的智能制造基地，目前不少受中美贸易摩擦影响的产品均已在当地实现了量产，但是仍存在一些挑战，比如在马来西亚生产产生的物流、材料成本较

高，人工效率较低，产品不良率相对较高，供应链不是很成熟，以及语言交流上比较复杂等问题，所以利润率水平目前不是很高，比国内还是要略低一些。从长远来讲，随着自动化水平提高，供应链的整合，未来成本将有望趋同。匈牙利盈趣因为今年9月份才开始投产，目前收入规模还很小，初期也存在着各种挑战，目前整体利润率水平没有太大的参考意义。

11、马来西亚子公司目前主要有什么产品？

回复：目前主要有网络遥控器，游戏鼠标，演示笔，家用雕刻机系列产品等。

12、中美贸易摩擦对公司的订单有没有负面的影响？

回复：公司产品以出口为主，近三年境外收入占营业收入的比例均在90%以上；2019年上半年度，公司出口至美国的产品收入占公司营业收入的比例仍为44%左右，公司出口至美国的产品基本已被纳入征税清单范围内。尽管公司产品具有高度定制化、创新创意度高等特点，但是相关产品确认被列入征税清单范围，则有可能增加客户的总体采购成本，增加终端产品的销售价格。对此，公司管理层根据国际经济贸易形势的变化及国际化布局的战略规划，快速部署相关受影响产品在马来西亚子公司量产的工作计划和安排，助力马来西亚子公司生产经营能力及智能制造能力的提升，实现多款受影响产品在马来西亚子公司的稳定量产。整体来看，我们认为中美贸易摩擦给我们带来挑战的同时，却带来了更多的业务机会和发展空间。

13、今年家用雕刻机系列产品的收入占比如何？

回复：截至2019年第三季度，家用雕刻机客户相应的收入占比大约为40%。

14、公司在漳州设立的分公司，主要负责耗材的生产，那耗材的市场空间有多大？

回复：耗材领域是一个较为成熟的市场，耗材在客户的发展战略中也具有较为重要的战略地位。公司一直秉承以客户为导向，为客户提供一流的产品和创造高价值的经营原则，因此我们愿意在耗材领域

投入更多的资源来支持客户，为客户提供配套服务。2019年以来，家用雕刻机耗材产品随着漳州分公司在耗材领域的技术突破和生产制造能力的提升，产能得到扩充，实现了较好的销售收入，预计明年相关耗材产品的收入还将实现较快的增长。

15、家用雕刻机系列产品增长较快的原因是什么？

回复：一方面，客户这两年持续加大了市场拓展力度，销售渠道拓展效果较好；另一方面，客户不断扩充产品线带来营业收入的增加，如图标图案熨烫机和耗材等其他产品；此外，随着市场对客户产品的逐步认可，也带来了新的终端市场需求。

16、客户如何找到盈趣作为供应商？

回复：产品是最好的广告。公司自前身网控事业部组建以来，一直专注于智能制造领域，拥有大量的优质客户，主要服务于国际知名企业客户，在相关领域积累了较多的研发设计及制造技术，持续提升管理能力。由于研发、制造及质量等优势以及在业界的良好口碑，前期客户一般是通过引荐找到公司以寻求合作。随着公司的发展壮大，公司通过提高研发能力、智能制造水平及国际化建设步伐等多种方式，提高公司竞争力，主动拓展新客户。

一方面，在智能控制产品及创新消费电子等各种相关研发职能上，公司研发技术人员从2014年的100余人发展到目前的800余人，研发能力有大幅地提升，研发范围覆盖各个领域，人才配置较为齐备，也积累了大量相关技术及经验，能满足客户的多种研发需求。

另一方面，公司自2016年开始国际化进程，目前已在多个贴近客户及市场的区域，设立了研发和市场中心，贴近客户需求，就近提供服务，同时也形成了在国内外多地制造的局面，在一定程度上具有了流量入口的优势；

此外，未来很多产品基本上都会朝着电子化、智能化控制方向发展，而电子化产品就会有物联网的需求，有物联网的产品就会有控制的需求，这是一种发展趋势。有些公司是不存在电子化、联网的能力，这些公司就会寻找电子设计公司帮其实现产品电子化及生产落地。公

司将加大和海内外电子设计公司的合作，这也是公司拓展客户的一个渠道。

尽管公司的客户分布在不同的行业领域，但是我们多年研发、生产积累的相关技术、经验和形成的管理体系是有一定的相关性，人才储备也类似。经过双方多次洽谈，及客户严格的资质审查后，最终达成合作意向。

17、公司未来的发展方向是什么？有没有着重发展的方向？

回复：对盈趣来讲，未来主要是沿着“工业互联网”和“民用物联网”的“两网领域”持续做实、做大、做强。我们将继续专注于智能控制部件和创新消费电子领域，深挖老客户的需求，拓展新客户和新产品，并加大自有品牌产品和业务的研发及拓展力度。

18、公司开拓新客户、新产品的同时也会研制制造体系，制造机器，如果客户的新品没有上量的话，那这些前期的投入成本该如何处置？

回复：公司的业务模式是 UDM 业务模式，产品高度定制化，单一产品主要提供给单一客户，一方面，公司与客户合作时，会有研发收入，这在财务报表上也有体现；另一方面，公司采用柔性化的生产制造方式，相关自动化设备和体系大部分是通用的，对于部分无法直接使用在其他产品的设备，其机械手臂等核心贵重的部件经过重新组装调试还是可以再次利用的。

19、公司目前和博世合作的是什么产品？

回复：公司目前主要为客户收购的子公司提供电助力自行车部分配件，以实现电助力自行车和手机的连接，促使其电助力自行车产品更加智能化及人性化。如客户的电助力自行车可以通过手机进行导航，播放音乐等功能。目前，公司与客户的合作收入规模不大，我们仍在深化与客户其他产品的合作，在合作中为了满足客户的需求，将使得公司的制造能力迈向一个新的台阶。

20、公司产品的交付周期正常是多长？

回复：公司产品的交付周期一般是三周左右。

21、公司如何吸引和留住人才？

回复：公司一直非常重视人才的招聘和培养工作，我们也在不断引进一些国际化人才，现在有来自北美、印度、马来西亚、欧洲及台湾等国家和地区的员工。同时，我们也在不断完善多层次的员工激励体系和员工福利体系，比如推出股权激励方案及员工无息购房借款等，并夯实企业文化建设，以期吸引和留住更多的人才。

22、公司有没有在海外设立研发机构？

回复：目前，我们已在美国、加拿大等国家和地区设立海外研发及销售机构，并且于 2018 年 11 月通过香港盈趣收购瑞士子公司 SDW 和 SDH。SDW 主要专注于为客户提供电子产品的研发设计及物联网产品的解决方案等业务。未来，我们还将在新加坡、斯里兰卡等国家和地区建立众创、研发基地等，不断提升公司的研发能力及扩大业务流量入口。

23、公司会和其他公司做现在客户的竞品吗？

回复：公司业务模式最大的特点是产品高度定制化，单一产品主要向单一客户专供。虽然公司和客户均不存在排他性约定，国际知名企业不存在排他唯一性，但是公司这么多年来一直坚持的战略方针和经营原则，目前暂时没有这样的安排。当然若是客户有相关安排，我们将会积极支持。

24、请谈谈公司未来的发展目标，哪几块业务会是公司重点发展方向及公司未来的目标？

回复：未来各大业务的发展方向如下：在 UDM 智能制造业务方面，我们将不断深化与现有客户的合作，保证现有产品稳定量产、按期交付的同时，帮助客户不断推出新的产品、新的型号，同时不断挖掘客户其他产品线的合作，积极拓展如智能建筑领域、食品领域等其他领域。在智能家居方面，我们将改变原有的营销策略，加大与装修设计师、运营商等的合作，致力于为客户提供定制化的全宅智能家居系统。在智能制造整体解决方案方面，将继续定位于服务中小制造型企业，服务好大盈趣的同时不断走出去。在汽车电子方面，我们将不

	断加大盈趣汽车电子和新收购的子公司上海艾铭思汽车控制系统有限公司的协同作用，提升汽车电子业务的收入占比。当然，未来两年的基本目标就是保证公司股权激励的成功解锁。
附件清单(如有)	无
日期	2019年11月21日