

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：2020-002

<b>投资者关系活动类别</b>	<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 checked="" type="checkbox"/> 其他 电话会议
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	<p>北信瑞丰基金雷凯，常春藤资管黄勇、程熙云，东方证券江舟、梁爽，东方证券资管韩冬、虞圳劬，东吴证券傅嘉成，富利达基金樊继浩，观富资产张昊，国盛证券张俊、杭程、郑树明，陆宝投资安小涛，国泰君安证券杨文健，海通证券赵洋，华安基金崔莹，汇融丰资管温泽鹏，集元资产朱彦頔，嘉实基金雍大为、吴悠、谭丽、谢泽林，璟恒投资徐冬梅、李育慧，聚鸣投资刘晓龙，茂典资产唐忠杰，民生通惠资管何文斌，诺安基金黄友文，七曜投资谭琦，融通基金付伟琦，上善资管沈锋强，申万宏源周迅，顺泮资管邓永明，泰信基金徐慕浩，天风证券许俊峰、蒋梦晗、刘斐然，西南证券邓佳，新沃基金丁晗，信璞投资刘淼，兴全基金季文华，兴业证券刘佳昆，阳光资产谭翔宇、王逸峰，盈创投资陈志强，盈丰康伦李康，长城证券张潇、徐皓亮，招商基金钟赞，中加基金冯汉杰、黄晓磊，中泰证券徐偲，中信证券李睿鹏，中银国际证券刘凯娜、杨志威，尊道投资雷周，共 57 人。</p>
<b>时间</b>	<p>2020 年 03 月 31 日上午 10: 00</p>
<b>地点</b>	<p>厦门市海沧区东孚西路 100 号盈趣科技创新产业园</p>
<b>上市公司接待人员姓名</b>	<p>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、张玲琼。</p>
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p>公司接待人员就以下问题与投资者进行沟通交流：</p> <p>1、目前海外疫情持续扩张，是否对公司第一、第二季度的订单造成影响？是否会影响新产品研发生产？</p> <p>回复：在严格做好疫情防控措施、切实保障员工生命安全的前提下，国内较早就开始有序地开展复工复产工作，但由于物流、原材料供应链的恢复存在滞后性，所以 2 月份整体订单交付受到了一定的影</p>

响，目前供应链已陆续恢复，从订单情况来看暂时没有受到太大影响。

海外的疫情还在不断发展中，客户也在积极应对疫情。一方面，部分客户已快速切换至在家办公模式，通过 VPN 方式接入网络从而实现在家办公，而且国外客户比较习惯在外办公模式，所以对于客户新产品的研发进展情况影响不大；另一方面，随着全球疫情的发展变化，客户也在视各供应商的影响情况及时进行订单分配及交付情况的调整。

目前来看，新冠病毒肺炎疫情全球蔓延对公司订单情况未产生重大影响，但是未来疫情发展存在很大的不确定性，对客户产品销售等各方面影响情况目前较难评估，所以还是要提醒大家注意风险。

短期来看，公司第二季度的业绩会受到一定的影响，但全年经营目标暂时没有进行调整，因为疫情带来 80% 风险与挑战的同时，也带来了 20% 的机会与希望，而公司更希望能把握住这 20% 的机会。

## 2、马来西亚制造基地目前是否已经停工？

回复：受疫情影响，马来西亚智造基地已于 3 月 18 日开始暂时停工停产，虽经申请后得到复工批准，但目前仍处于部分复工的状态。在收到马来西亚制造基地暂时停工的消息后，公司立即组织项目、技术、运营及质量等相关人员快速开展相关产品产能部分转移至国内试产、生产的各项工作，目前部分产品已在国内陆续进入量产阶段。

## 3、去年第四季度电子烟精密塑胶部件、雕刻机实现大幅增长的原因是什么？公司对这两类产品今年的情况预期如何？

回复：优质的产品大多都拥有自己的一套增长逻辑以及完整的良性发展生态。Cricut 成立于 1963 年，在手工制作自动化领域拥有近 60 年的产品历史、技术及用户积累，同时建立了覆盖产品、耗材、工具、周边配套产品与内容为一体的良性生态圈，以及持续实现良好交互的用户平台，这是其多年来业绩持续增长的主要原因；电子烟客户依靠其强大的技术研发实力，对用户市场、销售渠道更为成熟精准的把控，以及持续推出新产品等，使得其产品收入稳定增长。

在疫情出现之前，我们对两个客户的成长是充满期待的。虽然疫

情的爆发对今年的业绩可能会产生一定影响，但是我们还是会努力实现今年的战略规划及年度经营目标。

#### 4、雕刻机耗材是公司单独供应吗？是否有其他供应商？

回复：耗材不是盈趣最先做的，我们是以“后进入者”的身份进入这个领域。一直以来公司致力于为客户提供全方位、一站式的服务，因此，2018年我们设立了漳州分公司，利用公司自主研发的自动化机器设备及质量控制等优势，为客户提供雕刻机产品配套耗材业务。过去一年，公司通过各种方式不断提高产品的产能及良率，在耗材领域取得了一定的成绩，虽然目前耗材收入占营业收入的比例相对较小，但是对于“后进入者”来说这个成绩是不错的。

从竞争格局来看，耗材的供应商比较多，整个市场空间是比较大的，所以我们非常期待充分利用公司的智能制造及质量控制等优势，为客户创造高价值，不断提高客户产品的质量、降低生产成本，与客户一同获取更大的市场份额。

#### 5、雕刻机其他供应商目前的进展情况如何？

回复：通常来说，客户选择两家以上的供应商是其在供应链管理中防范风险的有效措施，一直以来我们也积极支持客户寻找第二供应商。雕刻机客户的其他供应商为东南亚厂商，目前公司仍然是客户的核心供应商，也是客户唯一的新品研发合作伙伴。

#### 6、很多大厂都在生产智能戒指，公司对智能戒指未来的规划如何？相对的优势在哪里？

回复：全球市场是一个开放、包容的市场，大生态和小生态都有其存在的理由和价值，人与人之间存在消费需求、消费习惯、文化背景等各种差异，需要不同的生态、使用场景来满足。大生态和小生态都拥有自身的市场定位和竞争优势，都是整个市场不可或缺的部分。

智能戒指是我们与北欧一个公司合作研发的产品，可随身携带，体型小，佩戴时几乎无异物感，而且可以实时监测心跳、睡眠质量等各项身体指标，是个不错的产品。产品的开发是基于公司在脑电波监测感应头带研发、制造时积累的经验，进入量产后，公司将依靠自身

的供应链管理、智能制造及质量控制等优势，与客户一起不断提升产品的价值，降低成本，努力获取更大的市场。

7、2019年现金流较2018年有所下降，应收账款增加较多的原因是什么？

回复：应收账款增加较多主要是因为2019年度销售收入增长，应收账款相应增加所致，年末应收账款基本都在账期内，客户也在正常地回款。

8、疫情原因是否会影响客户新产品的研发和推出节奏？

回复：国外客户基本上都是可以可以通过VPN接入网络从而实现在家办公，而且国外客户比较习惯这种在外、在家办公的模式；而公司的研发人员目前都已正常上班，也在同步进行新产品的研发和试产，同时为了避免新品推出的进度延误，公司也在多地同时进行研发、试产。目前来看，客户新产品研发进展受疫情的影响不大。

9、电子烟订单的能见度如何，是否有受到疫情的影响？

回复：去年下半年以来电子烟精密塑胶部件产品的走势不错，甚至小幅超过了2018年的水平。公司主要为客户提供电子烟精密塑胶部件，暂时不需要提前开展长周期物料的备货，预测订单的准确度略低一些，而且处于动态调整的过程。

IQOS的主要消费市场为日本和韩国等，日韩两国目前的疫情都已经得到了比较好的控制，个人认为疫情不会对日韩电子烟市场造成太大的影响。

电子烟精密塑胶部件产品第一季度的生产、出货都比较正常，目前来看，订单没有受到太大的影响，而且客户也在根据疫情的发展情况及时对供应链体系进行调整，以满足终端客户的需求。

10、公司目前新产品和新客户的情况如何？

回复：一直以来，公司持续贯彻战略导向、客户驱动的整体方针来开拓新市场、新客户及研发新产品，致力于不断优化产业、产品和客户结构。目前公司正在积极地加强与一些海外设计公司的合作，也将通过签约销售代表等方式拓展市场，同时依靠海外子公司从业务上

开展源头跟踪，贴近客户需求。

在新产品方面，除了雕刻机系列新产品、智能戒指的推出计划，我们会进一步加强在工控、医疗及车规等领域的产品布局，进一步深化与客户的合作。在客户开拓方面，公司目前也在接触一些国外知名企业。疫情期间给我们带来一些机会，包括之前期望进入的领域，目前看来进入的可能性较大。在今年这种特殊外部环境的催化下，新产品的合作、新合作伙伴的谈判、新领域的突破速度及成功率有超出预期的可能性。这些新产品和新客户对公司 2020 年度的业绩暂时不会产生重大影响，预计会为公司未来几年的发展打下基础。

11、目前公司是否有研发和生产防疫物资的计划？

回复：基于公司中长期战略规划，公司正在积极申请 ISO13485 医疗体系认证，也在与海外众创孵化基地合作研发一款创新型口罩，目前暂未开始对外销售，预计对公司整体业绩情况影响很小。

12、公司从对接新客户到新产品实现量产的时间周期一般是多久？

回复：这个周期因市场环境、产品性质、行业领域、客户所处国家或地区、客户习惯及要求等不同而存在差异，难以一概而论。

13、请介绍一下 2019 年电子烟精密塑胶部件及雕刻机的整体收入增长情况，以及未来几年的预期情况？

回复：这几年家用雕刻机客户一直围绕着手工制作自动化领域不断延长及丰富产品线，不断拓展市场，使得雕刻机系列产品及耗材实现快速增长；电子烟产品全年也实现了稳定增长，第四季度在新产品销量快速增长带动下，销售收入同比增长较快。

2020 年整体情况存在很多不确定性因素，短期来看订单受影响程度不大，但全年的情况还不明朗。

14、2019 年研发人员增加较多，2020 年新孵化产品数量上是否有比较大的提升？

回复：2019 年公司新增了 200 多名研发人员，目前大部分员工是在配合 UDM 业务的研发。研发人员的增长表明新产品的需求增加，

主要体现在以下几个方面：（1）面向新客户新产品的研发；（2）配合老客户新产品的研发；（3）面向老客户老产品更新迭代的研发；（4）面向智能制造体系方面的研发；（5）自主品牌产品的研发，比如在智能家居、车载电子及智能单品等方面。

目前，公司已经在美国、瑞士及加拿大等国家和地区建立研发机构，2020年将计划在上海、深圳、台湾及斯里兰卡分别设立和发展研发中心，以聚焦于应用技术、底层技术、人工智能和软件技术等研发工作，进一步提升公司整体的研发和创新能力。

15、罗技 2019 年实现较快增长，请从产品的角度展望一下未来的发展。

回复：近几年，公司不断深化与客户合作，多维度深入挖掘客户的需求，新增拓展与客户在 Gaming 及 Video 等事业部的合作。受产品生命周期及终端消费需求变化等影响，原来收入占比较大的网络遥控器产品收入有所下降，但是公司在 2019 年顺利实现了游戏鼠标及视频会议系统等新产品的稳定量产工作，使得整体的销售收入实现稳定增长。今年，游戏领域及视频会议系统都是符合当前市场需求的，预计未来市场需求较好。

16、Cricut 在美国的市场格局如何？是否有竞争对手？

回复：美国将雕刻机等产品市场简单定义为“cut”市场，除 Cricut 外，比较有名的还有 BROTHER 等品牌，这是一个发展多年的市场和行业，目前 Cricut 在美国细分市场的份额位列第一。美国的家庭总数大约为 1.28 亿，目前美国大约有 100-200 万个家庭使用客户的产品，所以未来可拓展的市场空间还是很大的；短期来看，疫情对雕刻机终端市场的销售还是有一些正面影响，可能因为疫情，欧美用户拥有更多的时间可以宅在家里，陪伴孩子，利用雕刻机制作各种手工作品、装饰房屋等。

17、公司的产品矩阵比较丰富，是如何进行管理的？

回复：实际上，大多产品在人员配置、核心技术及供应链等部署上具有一定的相通性，产品形态只是表现出来的一种形式，不同的产

	<p>品表达形式并不意味着本质的区别。公司目前的产品布局主要是围绕“工业互联网”和“民用物联网”展开的，是在现有产品的基础上，结合公司的战略发展规划、产品及技术的发展趋势、终端市场需求变化等各方面因素进行布局的。</p> <p>18、去年公司以低估值收购了上海艾铭思是基于什么考虑呢？</p> <p>回复：公司对上海艾铭思采取的是分步走的计划，通过阶段性投入的方式，而不是一步到位的方案，所以去年收购的估值不是很高。目前公司主要还是倾向于做战略、产业的投资，更注重在业务上的协同。上海艾铭思在收购前尚未建立自己的供应链及制造能力，收购后，母公司将利用自身的供应链管理优势及智能制造优势，不断降低其产品成本及提升产品质量，从而提升其产品的市场竞争力。</p> <p>19、公司是否有计划开拓国内的客户和市场？</p> <p>回复：公司自设立以来就注重自有品牌的发展及国内市场的开拓。2019年境内销售收入占比相较2018年也有了小幅提升。今年我们将通过优化内部组织结构，强调业务主体责任，在工业互联网系统及服务、智能家居、汽车电子、模具及零件制造、众创孵化等多个领域面向国内市场的产品开发和市场，提升国内销售占比。在智能家居方面，预计5月份公司将推出新产品；在智能制造解决方案、塑胶、模具与汽车电子等领域我们也在持续发力；新型孵化的产品如智能垃圾桶、咕咕机及创新型口罩等同样值得大家期待。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2020年03月31日