

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：2020-006

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	嘉实基金吴振坤、彭民、包丽华，东方红资产韩冬、虞圳劬，安信基金黎志军，国海富兰克林基金高燕芸，国金证券孙蔚，海通证券赵洋，瀚朴投资陈俊，豪山资产蔡再行、胡静，合煦智远基金程卉超，泓璞资产刘振卿，华能贵诚信托郭宝运，交银康联资产郭昊，金信基金许炯东，璟恒投资李育慧，君泉资产吴志群，麦星投资王苏欣，普尔投资邱武斌，前海互兴资产姚若望，青骊投资于利强，天风证券许俊峰，兴业证券苏炳峻、王凯丽，远望投资郭朝勤，长江证券徐皓亮，中泰证券刘文清，中信建投罗乾生，个人投资者詹文立，共 31 人。
时间	2020 年 09 月 01 日下午 14: 30
地点	厦门市海沧区东孚西路 100 号盈趣科技创新产业园
上市公司接待人员姓名	轮值总裁杨明，董事会秘书兼财务总监李金苗，证券事务代表高慧玲，董事会办公室张玲琼、杨嘉伦。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、调研人员参观公司创新产业园园区、智能制造车间、测试机器人实验室等。</p> <p>二、公司接待人员就以下问题与投资者进行沟通交流。</p> <p>1、公司智能家居业务实施怎样的品牌战略？是否有布局小而美的创新消费电子产品？是否有打造网红爆品的计划？</p> <p>回复：智能家居是公司自有品牌业务，拥有独立的研发和销售团队，这几年我们也在持续加大投资力度及品牌建设力度等，致力于为用户提供“人性化、真智能”的集成式全宅智能家居系统。在智能单品方面，如咕咕机等产品，公司设立了专门的研发团队在进行开发，同时也借力网红经济、新媒体平台等渠道去进行市场推广。从战略上</p>

来说，公司更注重打造平台式、集成式、系统式的产品或系统，虽然这个过程要慢一些，但更具厚积薄发的潜力，而且产品转化为爆品，还是需要一些机缘的。

2、目前市面上有许多大厂在做智能家居并且有自己成熟的生态，相比较这些大厂公司的优势在哪里？对于未来的定位如何？

回复：实际上智能家居还是存在多样化和差异性的。公司在智能家居领域，聚焦于前装式的智能家居系统，定位高端市场，为客户提供人性化、定制化的服务，经过多年研发推出的无线智能家居系统具有全宅组网、不延迟、不掉线等优势。未来，我们希望盈趣的智能家居能够走进千家万户，成为买得起的奢侈，实现“人性化、真智能”的家居体验。

3、公司在选择客户和产品的时候是基于哪些考虑？

回复：当今互联网快速发展的时代，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联网、控制等需求，这是一种发展趋势，所以“超前”、“符合时代发展逻辑”是未来判断产品是否具有竞争力的核心，比如从有线式到无线式的转换、机械式到触摸式的升级、传统式到创新型的演变，从接触式到脑电波控制式的革命。

总体来说，公司在选择产品和客户时，主要围绕一个核心：高度定制化。考虑三个方面：首先，是否具备前瞻性技术，是否处于市场领先地位，是否具备智能化、创新创意等特征；其次，是否具备联网属性；再次，是否符合公司“让生活充盈着乐趣”这一核心使命。

4、雕刻机耗材占营业收入的比重有多少？预计未来能达到怎样的体量？

回复：目前耗材的收入占比较小，在财务分类中属于其他类别，如果将来能实现大幅的增长，公司会考虑将其拆开列示。耗材领域是一个较为成熟的市场，其市场并不会比雕刻机整机业务差。耗材在客户的发展战略中具有较为重要的战略地位，自2019年以来，公司的产能已得到显著提升，未来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。

5、公司是如何做到柔性化生产制造的？

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微影响短期的产量，但是工人的作业技能不存在明显的局限性，而且，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，每年也会制定“机器换人”的目标。

6、近期公司设立轮值总裁是基于什么考虑？

回复：公司设立轮值总裁是为了形成集体决策的良好氛围，加快推进公司全球化战略的发展步伐，建立健全选人育人机制，从多方面更好地培养及锻炼高管团队，进一步增强公司的活力及创造性，促进公司持续健康稳定发展。

7、公司今年在固定资产方面的投入增多，会不会拖累 ROE？

回复：近几年来公司在苏州盈塑、马来西亚工厂、匈牙利工厂的投入是基于战略布局的需要，一方面是为了推动国际化进程，另一方面是为了产业链可以得到适当的延伸，提升综合竞争力。固定资产的投入增加在短期之内会对 ROE 造成一定的影响，但从长远来看，随着公司规模扩大，所带来的影响将会逐步减弱。从战略上来讲，公司也倾向于轻资产运营模式。

8、公司的产品线繁杂，是如何兼顾不同产品的研发需求？

回复：虽然公司的产品品类较多，外在表现形式多样，但实质上是相通的，在核心技术、供应链、人员配置、生产工序等方面均具有一定的相通性。目前公司已构建全球研发体系，拥有电子、结构、软件、工业设计及测试等多种职能研发人员 1100 余名，而且还在持续扩大研发团队。公司各类业务均拥有独立的研发团队，且多年来一直坚持网状式的研发管理体系，以项目为导向，快速反应，能较好地满足不同产品及业务的研发需求，为客户创造高价值。

9、公司目前和博世合作的是什么产品？体量如何？

回复：公司目前主要为客户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，但是我们正在稳步推进现有多个合作研发项目的进展，以保证相关产品在明年陆续实现量产。博世是全球第一大汽车技术提供商，公司已进入博世供应链体系，相信只要我们持续为客户提供一流的产品和创造高价值，将有机会获得更多的业务。

10、电子烟客户通过 FDA 的 MRTP 认证后，在美国市场的推广情况如何？

回复：关于电子烟客户在美国市场的推广情况，请大家关注 PMI 公开披露的相关信息。

11、如果客户的订单大幅增加，公司的产能提升是否能跟上节奏？

回复：经过多年的发展，公司自动化及信息化程度高，拥有较为成熟完善的供应链配套体系等，具备做好量大产品的各项基础条件。在产能方面，由于公司拥有自己的自动化和信息化部门，在研发产品的同时研发相应的智能制造体系，我们大部分的自动化机器设备及工装治具都是自主研发组装的，复制起来非常快，产能和产量匹配增长。一直以来公司产能利用率都保持在较高水平，我们的产能可以满足客户进一步的订单需求。

12、如果其他烟草类客户想与公司合作，公司是否会考虑？

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提供。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，公司暂时没有和其他烟草公司直接合作的计划。但是，如果我们的电子烟客户与其他烟草公司达成电子烟产品的合作关系，且需要我们提供相应的合作支持，我们一定会积极配合。

13、公司 UDM 业务的拓展方向是怎样的？

回复：基于中长期战略规划，目前公司在积极部署医疗器械的相

	<p>关资质认证且已通过 ISO13485 医疗体系认证。此外，通过研发生产额温枪等疫情相关产品拓展医疗领域客户，公司成功进入医疗领域的供应链体系中。公司始终坚持将 UDM 模式向深水区推进，从工控、医疗、车规、高端食品机械等高门槛领域不断向纵深发展。目前也通过与招商共同设立的产业基金在不断寻求与优质公司开展有竞争力的产品合作。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2020 年 09 月 01 日