

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：2021-002

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 线上会议
参与单位名称及人员姓名	安信证券吕科佳，长江证券仲敏丽，宸青资本沈锋强，广发证券杜山，国海证券范益民，观富资产张昊，海通证券赵洋，红塔证券毕先磊，嘉实基金谭丽、彭民、任海雨、吴悠、柏重波，璟恒投资李志强、李育慧，聚鸣投资蔡成吉，炬元资本黄震宇，泰康资产周昊，信璞投资刘淼，招商证券王淑姬，中银国际证券刘凯娜，中金公司吕沛航，浙商基金柴明，中加基金冯汉杰，共 24 人。
时间	2021 年 01 月 22 日下午 15：00
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，董事会办公室汪燕娥、沈念。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司接待人员就以下问题与投资者进行沟通交流。</p> <p>1. 公司新客户及新产品拓展情况如何，订单情况怎么样？</p> <p>回复：（1）由于疫情影响，雕刻机客户新产品市场推广计划有所调整，2020 年度大部分新产品均延迟至年底陆续量产，预计 2021 年会陆续推向市场。同时，我们自主研发生产的自有纸也顺利实现了量产，并得到了客户的认可。（2）罗技客户，近两年我们主要聚焦在 Gaming 和 VC 领域新产品和新项目的研发，产品系列在不断的丰富中；同时，我们也在预研一些视频领域的产品方案主动向客户推荐，我们还在美国和台湾组建了专门的团队开展视频领域相关的技术研究。（3）水冷散热控制系统是一个持续不断上新的产品系列，我们现在也有在做一些水冷的组件；2020 年水冷整个走势还不错，预计 2021 年也会有不错的发展。（4）雀巢客户我们将持续布局高端食品领域的</p>

整机研发，目前多个产品还处于市场验证阶段，我们已向客户推荐了一些产品方案。(5) 电子烟领域，我们正在积极配合客户开展老产品的生产和新产品的研发工作，提前布局，积极寻求在该领域的新发展与新突破。(6) 我们与博世客户合作研发生产的几款新产品预计 2021 年会陆续量产，对公司当年度的业绩暂时不会产生重大影响，预计会为未来几年的发展打下基础。(7) 健康环境业务在不断地迭代产品，2021 年我们会重点推净水领域的整套产品。(8) 在智能家居领域，2021 年我们将投入更多的人力升级完善智能家居系统，包括自有产品的研发以及第三方产品的集成测试等。(9) 智能制造解决方案领域我们将持续推进产品的标准化，积极拓展重点领域重点客户。

2. IQOS 的销售是否会有来自同业竞争对手的压力？

回复：我们主要为客户提供加热不燃烧电子烟精密塑胶部件，目前 IQOS 产品在加热不燃烧领域还是很有竞争优势的。不同的电子烟品牌有自己特定的用户群体，相对来说竞争格局比较稳定。

3. 公司产品多样化，是以什么样的形式寻新客户？

回复：产品是最好的广告，公司服务的客户大多数为国际知名企业及科技型企业，多年来公司在智能制造领域拥有良好的口碑，前期客户一般是通过引荐找到公司以寻求合作的。随着公司国际化进程的深化，公司在美国、瑞士、马来西亚及匈牙利等地区设有研发中心、市场中心及智造基地，这些都是公司吸引新客户和新业务的流量入口。此外，今年公司不断推进 UDM 业务进行主动营销，与欧美多家 Design House 开展战略合作，并积极签约海外销售代表，深度挖掘客户需求及持续开发新客户。另外，我们也会沿着“工业互联网”和“民用物联网”的方向预研一些产品主动向客户推荐。在自有品牌领域，我们也在积极采取 2B+2C、直营+代理、线上+线下等多种方式推广产品及拓展客户。

4. 公司是否会根据汇率调整对产品的报价？

回复：根据行业和产品不同，通常每个客户都会定期或者不定期给一些降价目标，定价情况是双方谈判的结果，会考虑较多的因素。

5. 受疫情及季节性影响，集装箱供应紧张，对我们的运输成本和运输周期会有什么影响吗？

回复：目前全球海运集装箱供应较为紧张、费用上升，短期内对公司的出货时间及成本有一定的影响，但总体影响较小。由于公司出口规模稳定增长，多年来已和货运代理商建立了良好的合作关系，遇到交运紧张时期，我们基本都能按时达成客户的交期。截至目前，暂未出现因为集装箱供应紧张不能按时交货的情况。

6. 新产品的销售和收入可预测性如何？

回复：公司客户主要为国际知名企业及科技型企业，这些企业拥有较为科学、成熟的市场预测、计划管理和供应链管理体系，加之客户的渠道大部分为国际化渠道，一般情况下对销量的预测有一定的准确性。

7. 目前来看，未来两年有哪些产品收入增长会比较大呢？

回复：家用雕刻机目前仍将保持不错的增量，特别是耗材领域预计将会继续保持快速的增长，自有纸的顺利量产将为我们这一领域带来新的发展机遇；水冷散热控制系统面向 Gaming 和小型服务器也有比较明显的增长，预计 2021 年会有较大的成长；罗技客户的 Gaming、VC 两个事业部除现有多个项目会有不错的增长外，我们目前在美国和台湾地区都有组建专门团队开展视频领域相关技术研究，未来在视频领域方面还是会有一些值得期待的新合作机会；雀巢的高端食品机械及博世的电助力自行车等相关产品在往后几年应该都会有比较明显的成长；疫情持续下，相信未来两年健康环境业务仍将保持较好的增长。此外，公司自有品牌经过多年的投入、布局及沉淀，未来的发展也是值得期待的。

8. 公司的产能是可以共用的吗？

回复：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，厂房等基础设施，注塑机、贴片机等标准设备及自动化核心零部件比如机械手臂等都可以共用。关于产能的情况，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

	<p>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，生产过程由于自动化和信息化的应用使得操作相对简单。</p> <p>9. 产能的瓶颈体现在组装还是前面几道工序呢？</p> <p>回复：由于公司在研发产品的同时研发相应的智能制造体系，公司大部分自动化机器设备都是自主研制的，生产线能够快速复制，产能可以较好地匹配产量的增长；公司全球化布局已初见雏形，中国、马来西亚及匈牙利三大智造基地均已投入使用，马来西亚产业园还在持续投入建设中，从而较好地解决了未来产能扩充带来的场地等基础设施需求问题。我们认为比较大的瓶颈可能在于供应链，目前来看，原材料的供应还是比较紧张的。</p> <p>10. 生产线上的设备都是自己做的吗？</p> <p>回复：大部分定制化的设备都是我们自主研制的。</p> <p>11. 大股东有没有减持的计划？</p> <p>回复：截至目前，我们暂未收到大股东减持计划的通知函。</p> <p>12. 公司在选择客户和产品的时候是基于哪些考虑？</p> <p>回复：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“打造乐趣生活”这一核心使命。</p> <p>13. 智能口罩和智能戒指的情况如何？</p> <p>回复：智能口罩主要是在马来西亚和匈牙利生产；智能戒指项目受疫情的影响，合作进度有所延迟，目前尚未量产。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2021年01月22日