

证券代码：002105

证券简称：信隆健康

深圳信隆健康产业发展股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2021-001

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 type="checkbox"/> 其它（请文字说明其它活动内容）
参与单位名称及人员姓名	国信证券 吴双、田丰 鹏扬基金 马慧芹 银河基金 刘丛菁 东方证券自营 赵梓涵 前海联合基金 张志成
时间	2021年03月09日，15:30--16:30
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	陈丽秋
投资者关系活动主要内容介绍	1. 简单介绍公司最近的经营情况？ 答：公司的三大主营业务为：自行车零配件业务、运动健身器材业务、康复器材业务。延续2020年欧美市场对自行车需求量的暴增，公司今年一季度、二季度接单生产都是满档的。运动健身器材目前的主力是电动滑板车，电动滑板车有它的周期特性，第一、二季度一般是客户新产品开发期，可能在二季度末开始下单。目前有一两家客户新车款逐渐开发完成，已经小批量量产，预计三季度会有出货的高峰期。另外一个项目是大量供应小

米电动滑板车的车架，2020年一至四月份的量大概在26万台，今年目前一至四月份接单量已接近2020年全年出货量了。康复器材受疫情影响，2020年下滑约11%，但2021年开始有增长的情况，手动轮椅上大约会有22%的增长，电动轮椅上大约会有25%的增长。

2. 公司已披露的2020年业绩预告的营收当中自行车零配件、运动健身器材、康复器材的占比各约是多少？

答：预计自行车零配件约占70%、运动健身器材约20%、康复器材约10%，准确数据以公司2020年报披露的为准。

3. 自行车零配件去年增速同比情况？为什么会呈现这个比较好的需求？对传统自行车零配件未来需求怎么看？

答：2020年自行车行业呈现爆量增长的情况，系受欧美疫情影响的影响，主要来自欧美市场的爆量增长，国内市场也有所增长，以国外市场来看，爆量增长的需求目前还在延续当中。公司是零配件供应商，能主导自行车产业趋势的主要是公司的下游客户，根据了解客户2021年的订单量已经排满，目前市场自行车的库存仍是偏低的，组车厂、零配件供应商需要加紧赶工才能满足市场的需求。

4. 自行车零配件的排产周期是？

答：一般交期大约是30至45天左右。

5. 自行车配件产能情况？

答：目前产能大概达到90%左右，订单一般不会排到100%，需要有一定的弹性空间。

6. 预留的弹性空间是否可以提上去？

答：订单生产是公司与客户协商后的安排，如果是 100% 的话会有些许的风险，但厂内产能达到 100%后，公司还是有机会能快速扩充产能。

7. 公司自行车配件能做到单月多少的产值？

答：2020 年 12 月达到约 1.5 亿的产值。

8. 1 月份可以维持这个状态吗？

答：可以的。

9. 需求好的情况下有产能扩充计划吗？

答：公司一般采取轻资产的扩充方式，2016 年、2017 年国内共享单车需求量很大，当时公司的产能利用率很高，产能利用率达到 100%后，除了内生的扩张外，公司进行资源整合，充分调动可使用的外部资源（例如动用外协厂商）也是一种产能扩张的方式。

10. 去年规模化效应怎么样，净利率怎么把控？怎么看待规模化效应？

答：订单快速增长使既有产能的利用率迅速提高，能使固定费用比例降低，提高盈利能力。公司控股子公司天津信隆由于初期投资规模很大，往年产能利用率偏低，固定费用的比例相当高，以至于多年亏损的情况；2020 年自行车配件订单量快速增长，加上公司另一控股子公司太仓信隆调整经营策略，将客户和订单移转给天津信隆，使得天津信隆的产能利用率得到充分释放，成本降低，提高了盈利能力，规模化的效应获得良好的体现。公司 2018 年投资设立的越南厂产能的增长也是比较快速的，三大生产基地还有产能空间能够持续释放出来。

11. 越南厂自行车配件单月产能可以扩充到什么程度？

答：越南厂年产值由 2019 年的二千多万元扩充到 20 年的五千多万元，2021 年有望同比翻倍增长的机会。

12. 原材料涨价对公司的影响幅度有多大？

答：需等财务 2020 年度结算结果出来才能确定。公司出口占比较大，营收中约有 60%多是出口；2020 年下半年原材料价格出现持续攀升的情况，公司在 2020 年底已启动售价调整的机制，售价的调整会有一个过程，基本上在今年的一、二月份新的售价已经开始生效，此次售价的调整基本能覆盖一段时间内原材料上涨及汇率变动的影响。

13. 产能的扩张，人员会扩充吗？

答：近段时间国内人员招募不是很容易，公司一直努力将人员控制在一定范围内，在维持人员稳定的同时，一面加强员工的教育训练，让员工工作熟练度更高，提升工作效率，提高产能。同时公司进行原有工艺的优化及新工艺的投入，加强设备自动化的改造，加速引进自动化、智能化的先进设备，降低对人工，尤其是技术工种的依赖，以提高产能并保持产品质量的稳定。

14. 销售费用从 2016 年以来基本维持平稳，今年会有增长吗？

答：公司是台资背景的企业，包括在台湾那段时间的经营期，已有四十多年的历史，公司的品牌价值一直都得到行业知名企业的认可，并且公司的客户群主要是 B 端的客户，新的业务拓展一般不会造成费用的大幅增长，公司的管理层也持续在努力控制销售费用和管理费用的规模，所以不会有大幅增长。

15. 对毛利率影响比较大的主要是哪几个因素？在规模化效应下？

答：原材料价格波动、汇率的波动，是两个主要的影响因素，其他因素不会有太大的影响。

16. 毛利率与去年相比有较大的抬升，原因是？

答：公司继续进行生产自动化的改造及新工艺的研发投入。在销售额稳定增长的情况下，把员工人数维持在一定的范围之内，譬如说从 2013 年公司员工总人数大概在六千左右，压缩到目前的三千多人。通过生产效率的提升，降低生产成本。新产品的导入也能提升公司的毛利率水平，新产品的毛利率相较于以前成熟产品，它的毛利率是可以明显提升的。

17. 这两年需求非常好，展望未来两到三年，对于自行车配件需求是什么样的看法？

答：根据行业的看法，2020 年和今年自行车需求量呈现暴增的情况，是受疫情的影响，尤其是欧美市场。疫情初期，欧美多国开始采取封闭措施的时间比国内要晚一些，大约是在去年四月份开始采取限行和隔离措施，约是在五月份开始逐步分行业分阶段解除隔离，解除隔离后，民众有出行的需求，一段时间的隔离之后也有大量户外运动健身的需求，并且因为防疫的需要，民众间必须要保持一定的社交距离，自行车具有同时可以作为短距离独立的交通工具和户外健身器材的特性，加之欧美多国政府实施购车补贴或增设自行车道等鼓励购车政策等因素，大幅增加了消费者购买使用自行车的意愿和需求。2020 年下半年公司增加了个人版电动滑板车生产供应；由于电动滑板车具有骑行速度快、更省力轻松、里程更远、酷炫等特色，更加得到年轻消费者的青睐。新冠疫情改变了许多人类以往的生活和消费习惯，自行车、电动滑板车作为个人独立绿色交通工具在 2020 年的需求暴增之后，已经形成新的生活方式和习惯，这种改变为人们带来更多的方便，它们的使用成本也是相对比较低的，这种习惯的改变

是可以持久的、不可逆的，以这样的趋势来看，自行车跟电动滑板车这类的产品后续还会有较好的发展趋势。

18. 2021 年二月份自行车零配件的产值情况？

答：二月份由于公司及各行各业春节放假的关系，产值相对一月份、三月份是比较低的，大约八千万左右。

19. 自行车配件下游合作的集中度会比较高吗？

答：公司与客户间长期稳定合作，且客群较分散；自行车有不同等级的区分，公司的策略是掌握中高端这一阶段最大块的消费市场，这一策略方向是明确的。

20. 电动滑板车过去几年的经营情况和现在的需求情况？

答：公司 2000 年成立运动器材事业部进行滑板车的生产销售，起源于当时在美国市场对于传统滑板车需求量的暴增，因为滑板车当时属于潮流性的产品，大约历经两年左右的热潮就逐渐消退了，公司开始发展其他的运动器材。2018 年一家硅谷初创公司在美国推出了共享电动滑板车。作为上市公司，公司具备生产滑板车的技术和经验，在行业内的资历较久，知名度较高，产品质量符合国际质量标准，产能得到客户的认可，2019 年公司的生产的共享电动滑板车出货达到高峰。由于防疫的原因，欧美共享电动滑板车自 2020 年初起全面停止运营，公司 2020 年电动滑板车的营收较 2019 年大约下滑 80%左右，2020 年主要生产供应电动滑板车车架。2020 年下半年，公司原共享电动滑板车的客户推出了个人版的电动滑板车，第三、四季度开始出货，但个人版电动滑板车数量没办法覆盖、填补原来共享电动滑板车的量。预计原共享电动滑板车客户 2021 年个人版电动滑板车的需求量较 2020 年能有两倍的增长。对于许多消费者、投资者十分关注的共享电动滑板车重启的时间，由于主导权在运营商，目前

并无相关信息。

21. 个人版的电动滑板车，共享电动滑板车占比？

答：2020 年共享电动滑板车停止运营至今尚未重启运营，目前公司此方面的订单是归零的状态；2020 年个人版电动滑板车原客户出货量约 3 万台，2021 年订单量预计能有翻倍的增长。2021 年有新增的电动滑板车客户，一、二季度正在进行新产品的的设计开发并将陆续完成，3 月份已进行少量的试量产，将投入市场进行测试，并将视市场反应做出调整，预计量是比较大的，应该有几十万台的量。

22. 2020 年滑板车的出货量大概有多少台，今年大概量？

答：2020 年电动滑板车整车出货量三万多台，车架一百一十多万台。若相关情况没有变化，预计 2021 年滑板车整车约有四十万台左右。

23. 疫情期间为什么车架的销量不受影响？

答：公司整车和车架供应给不同的客户，车架客户的整车产品主要通过网上平台销售，实际情况显示疫情期间线上销售非但不受影响，且有暴增的情况。

24. 和小米是怎么样的合作关系？会给他们供应整车吗？

答：若客户的采购策略没变化的话，公司将不供应整车，维持供应配件、车架等机械加工制造的部分，客户有另行指定电机、电池、电控的生产供应商作为总装厂，两者相互搭配。

25. 今年小米对车架的需求会有怎么样的一个增长？

答：目前预计同比 2020 年会有约 10%或者更多的增长。

26. 公司有推出自主品牌的滑板车吗？

答：公司已推出多款自主设计开发的电动滑板车整车产品，体现公司不仅能为客户供应车架、配件同样具有设计开发生产自主的电动滑板车的能力。公司对于自主开发设计的电动滑板车，采取弹性的策略，根据市场情况，客户可以选择使用公司的品牌，公司也可以接受客户使用其品牌销售。

27. 行业壁垒体现在哪些方面？

答：中国是世界电动滑板车的主要生产基地，国内生产电动滑板车的厂家非常多，是一个数量蛮庞大的群体。但是，每一厂家的规模、发展历史、技术能力，销售体系及各方面的条件各有特点。公司 2000 年进入滑板车的行业，向欧美市场供应传统滑板车，2018 年开始进入电动滑板车生产供应。公司拥有四十多年的技术和经验的积累，产品质量能够符合欧美各地区和各国家的国际质量标准。公司有稳固的技术基础，研发团队也是实力较强，能够与客户进行 ODM 的合作，为客户提供技术支持，能够快速回应客户的各项技术要求，跟客户共同开发新产品的速度快、质量高、而且稳定，公司还具有规模化生产的优势，能够快速扩充产能，提高效率，很好地适应客户大量而快速的交货需求，能协助客户迅速覆盖市场、抢得市场先机，为其快速成长提供有效助力，这是我们的优势。

28. 主要的滑板车品牌有哪些？

答：市场电动滑板车的品牌主要有小米、Lime、Bird 等。

29. 下游行业集中度高吗？

答：不是很高。

30. 2019 年共享电动滑板车客户的需求量？

答：约几十万台。

31. 儿童滑板车、极限滑板车的需求多不多？

答：公司目前主要生产销售电动滑板车（约占 80%），极限滑板车（约占 10%）、传统滑板车（约占 10%）。

32. 电动轮椅的情况？

答：公司的轮椅业务多年呈现稳定增长的情况，但 2020 年受到疫情的影响，上半年是增长的状况，年度则小幅下滑约 11%，但 2021 年已恢复呈现增长的情况。

33. 电动轮椅主要是贴牌吗？

答：公司电动轮椅是与康复器材世界三大品牌商合作，尤其与其中最大一家的合作关系密切，双方进行 ODM 的合作，公司参与客户新产品开发设计，产品通过客户遍布世界的营销网络销售。

34. 公司完成了股权回购，有考虑实施股权激励吗？

答：公司回购股份目的作为股权激励计划的股票来源，董事会正进行激励方案内容再优化，将选择合适的时机推出。

35. 今年是一个合适的时机吗？

答：股权激励计划需要考虑受激励对象的想法，选择什么时间点，以什么样的方式具有更高的吸引力和认购的意愿，目前还在继续考量当中。

36. 股东减持原因，会持续减持吗？

答：去年 12 月份已公告减持计划的是公司的第二大股东，因其自身的资金需求，在 2020 年 11 月以集中竞价的方式进行了

	<p>一次减持，12 月份公告的减持计划目前为止尚未实施，除此之外是否会持续减持？目前未接到相关信息。</p> <p>37. 短期有做定增的考虑吗？</p> <p>答：公司上市以来未在二级市场进行过再融资，主要原因是公司跟银行的往来时间很长，信誉良好，合作关系密切，银行能够提供较充裕的融资额度，公司日常生产经营所需资金相对充足。后续若有大型并购重组项目，将需要启动二级市场的再融资机制，也有可能采用定增的方式。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2021-03-09