

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：2021-002

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 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 中银基金 张欣仪、王伟、黄琚
时间	2021年03月17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	<p>1. 从公司自行车零配件上半年的接单情况来看，需求是比较饱满的一个状态，对下半年的展望，还是有一定的延续性的是吗？</p> <p style="padding-left: 2em;">答：自行车行业为以单定产的模式，依公司实际订单生产安排数据，公司上半年接单生产较为饱满。据悉，下游各大组车厂客户 2021 年的订单量已经排满。</p> <p>2. 自行车配件行业竞争激烈吗？国内做自行车配件的企业多不多？这是个相对比较成熟的行业，直观上的理解感觉技术难度不是很大，这两年需求比较好，有没有很多新进入者加入进来跟我</p>

们抢客户，整体竞争的情况怎样？

答：市场经济，竞争的存在属于常态，自行车因其用途设计、使用的原材料、功能配置各有不同，其售价、利润也各有不同，各家自行车及自行车零配件企业对于自身的业务定位也各有不同；公司的策略是掌握市场金字塔中段中高端这一阶段（数量&利润）最大块的消费市场，这一策略方向是明确的。公司在自行车配件的细分行业中处于领先的地位。

3. 公司在客户那边的份额是比较稳定的吗？

答：是比较稳定的。

4. 公司去年底根据原材料的涨价启动了售价调整，今年一、二月份的售价开始实现，今年一季度整体毛利率跟四季度是不是比较稳定的？

答：是比较稳定的，通过价格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。

5. 公司历史上的销售净利率波动还是挺大的，2019年到2020年整体按季度来看，在2020年的二季度开始整个净利率有一个比较高的抬升，这是什么方面的原因，成本还是产品结构？

答：这是多方面的因素共同形成的结果。包括：规模化效应、生产自动化改造、新工艺研发投入、新产品导入、营收持续稳定增长且增幅较大。规模化效应降低了部分公司的固定成本，公司持续进行生产自动化改造及新工艺研发投入，在销售额稳定增长的情况下，全公司员工人数从2013年近6000人压缩到现今3000多人，提升了生产效率，降低了生产成本。新产品的导入，如：电动滑板车及电动轮椅产品等的导入量产都能助力提升毛利率。

6. 今年自行车配件整体上的产能会比去年有多大的增长？

答：自行车配件现在厂内设备、人员的稼动率很高，后续将依实际的接单情况做适度调整。公司一般偏向采取轻资产的方式扩充产能。2016年、2017年当年国内共享单车需求量很大，当时公司的产能利用率很高，产能利用率达到顶峰之后，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（例如动用外协厂商的资源）也是一种产能扩张的方式。

7. 滑板车今年有一个比较大的增长，共享滑板车因为去年的疫情影响停止运营，个人版电动滑板车大概在几十万台左右吗？

答：根据与客户前置阶段的筹划协商情况，预计未来可能的需求量；公司共享电动滑板车原客户从2020年第三季度开始推出个人版电动滑板车，出货量大概是三万台，预计今年能有翻倍的成长，但这仍需要看客户产品后续实际的市场反应情况。另外新的几家客户依前置阶段的筹划协商情况，预算加总后应该有几十万台的需求量。

8. 一台电动滑板车的价格大概是什么概念？

答：个人版电动滑板车大概在200美元左右，配置不同，价格也不一样。

9. 电动滑板车和自行车配件的利润率哪个高？

答：自行车配件比较多样，每种自行车配件的利润率皆有所不同，在15%~20%的范围，电动滑板车利润率2019年报里有披露，今年比较多的是新车种，需要看实际双方业务商谈的结果。

10. 新产品理论上利润率会高一点？

答：理论上是会比较高，客户于一、二季度进行新产品的开发，到开发的后期，也就是二季度末，才会进入业务商谈的阶段，会有一个议价的过程，公司当然希望新产品的导入有机会提供更

多的服务，提高产品的附加值，提高利润率。

11. 2020 年半年报运动健身和康复器材整体的毛利率比自行车配件要稍微高一点是吗？

答：去年的情况是这样。

12. 电动滑板车未来的空间有多大？考虑以后共享电动滑板车的恢复，整体的市场空间有多大？份额及现在的竞争对手？

答：以上问题目前比较难以定义；电动滑板车是新的产品，并且还在持续发展当中；共享电动滑板车是否重启运营主要由运营商主导，作为供应商，我们较难以预计。公司原共享电动滑板车的客户 2021 年也进行了策略的调整，可能比较偏向于个人版电动滑板车；一方面因为疫情没有完全褪去，要看整体社会的进展情况，另一方面虽然 2019 年得到的消息，共享电动滑板车运营已经接近损益两平或者接近开始盈利了，但也尚无公开明确的数据加以印证，但个人版的电动滑板车通过线上线下的销售，只要销售情况良好，它的盈利能力是更具体、有保障的，所以共享电动滑板车的运营商可能会在这两个模式之间进行选择，或者进行平衡。这个是按照现目前的情况所做的判断，预计电动滑板车未来的空间有多大？还需要有一段时间的观察。

13. 这块竞争激烈吗？

答：目前，中国是世界电动滑板车的生产基地，每一家参与的企业各自的经验积累、技术能力，产能空间都不尽相同，尤其是外销国外市场的电动滑板车需要经过严格的检验，必须要符合国际间多地区或者多个国家的质量标准。我公司一向外销营收占比较高，多年来已经积累了相当的实力，公司的产品质量能够符合国际间的各种质量标准，甚至高于标准水平，公司并有规模化生产的产能，能够很快地适应客户的技术要求，满足客户大量快

速交货的需求，这些都是我公司的优势。其他电动滑板车参与企业则是各有各的情况，各有各的优势。

14. 市场上国外的品牌类似bird、国内的品牌多不多？包括九号，小米？

答：小米电动滑板车是九号公司旗下子公司向合作对象供应的产品，小米是国内的品牌，同时也进军到国外市场；至于国内的其他品牌，可能正处于成长阶段。

15. 自行车和滑板车下游的客户大致是哪些？典型的客户是哪些，有几家？集中一点还是分散？

答：公司在自行车行业发展已有数十年的历史，由于客户过于集中则相对的风险性较高，因此公司一向采取分散的政策，客户数量比较多而分散。国内外各大自行车品牌都是我们的客户。电动滑板车尚属于新兴行业，目前市场上知名的品牌不是特别多，所以目前客户是比较集中的。

16. 跟知名品牌都有合作，公司在客户的份额是稳定的？提升的？还是下降的？

答：公司跟客户的合作都是几十年稳定的合作关系，在客户的份额基本上是比较稳定的，并且在稳定的基础上争取每年都有提升。依照自行车行业长久形成的运作模式，每年均会向市场推出新车款，公司新产品的开发也是紧密配合客户的需求同步推出新产品。

17. 有没有去开拓新客户呢？

答：除了深耕现有的客户，公司同时致力于开拓新客户、新市场。例如：除了原来的欧洲市场、美洲市场、亚洲市场、国内市场已有的客户外，公司常年不断努力开发新的大客户，近几年

公司还致力于开发东南亚市场、东欧市场、西亚（如土耳其市场等），这些工作是企业必须常年努力的工作。

18. 历史上业绩有一定的波动性？波动的主要原因是什么？市场本身的变化？还是客户数量的变化？

答：公司 2013 年、2015 年、2018 年三个年度公司业绩波动比较大，各有其不同的影响因素。例如：

2013 年，公司实现营业总收入 143,086.05 万元，比上年同期减少 5.98%，实现归属于上市公司股东的净利润 425.11 万元，比上年同期下降了 83.19%。与上年相比，下降的主要原因是因为 2013 年上半年欧美气候异常寒冷以及欧债危机影响，使得外销的户外运动器材市场不景气，虽然下半年有所好转，但公司 2013 年度外销销售收入下降较大，衰退超过 10%，虽然 2013 年公司收入总额只下降了 5.98%，但其主要结构是内销收入的成长，而占公司主要份额的外销收入下降，而公司销往国内市场的产品多以低端铁制品为主，毛利率普遍低于销售往国外市场的中高端产品，综合以上两方面导致公司 2013 年度整体毛利率下降了 2.56%，影响了公司的盈利能力。另外，人民币兑美元大幅升值了 3%，由年初的 6.2855 到年末的 6.0969，相比上年人民币兑美元汇率基本稳定的情况，公司汇兑损失金额年度增加了约 1200 多万元，直接降低了公司利润。

2015 年，业绩下降的主要原因除了当年度市场需求下降，公司收入相比上年减少了 15.03%，并且公司因履行 2013 年 12 月与深圳中洲集团签订的《龙华商业 中心改造项目搬迁补偿安置协议书》，公司原龙华厂进行搬迁，支付原龙华厂员工劳动合同解除一次性补偿金共计 5400 多万元，根据企业会计准则的规定列入当期费用，使得公司业绩大幅亏损。

19. 海外因为疫情的原因需求特别好，后续需求下滑的话，怎么去应对？

答：自行车素有“百年工业”之称，1839 年发明至今已约有 182 年的历史，在这么长久的发展历程中，每个阶段都被赋予了

更新、更不同的任务和使命，自行车行业的参与者一直以来也持续努力不懈地研究开发出自行车新的车款、新的用途及新的生活方式、新的场景。自行车行业发展历程有那么久，但还是历久弥新，所以公司将继续配合行业的发展趋势、流行趋势，持续开发新的产品，开发新的使用方式，新的生活方式。

20. 预期到明年的销售都比较好是吗？

答：业界评估，目前市场上自行车的存量还是偏低的，2022年自行车需求量的增长还可能延续2020年、2021年需求畅旺的情形。

21. 自行车的存量偏低是个什么概念？为什么？

答：2020年欧美市场自行车销售企业由于自行车需求突然暴增，货架及仓库的存量销售一空，急需补充以应对持续增长的需求；自行车主要生产基地在中国及东南亚，通过订货、生产及海运、到货的过程，补充库存需要一段时间，供给和需求会有一段时间差。

22. 供给是在扩张还是在收缩？

答：下游客户2021年订单排满，第四季度排产的将在2022年陆续到达市场，所以是延续的。

23. 运动健身器材历史销量稳定，结构会有变化，往后需求变化的趋势？

答：由于疫情的发展情况及共享电动滑板车美好的骑行经验，衍生出市场对个人电动滑板车的需求，由于盈利更稳定有保障，原共享电动滑板车客户可能改变策略，往个人版电动滑板车倾斜，加上电动滑板车速度快，省力，里程远，酷炫的特性，在市场上更受年轻消费者的青睐，疫情改变人们生活、出行的方式和选择，

	<p>形成的习惯不太可能改变，所以电动滑板车发展趋势是乐观的。</p> <p>24. 轮椅往后规划？</p> <p>答：目前公司康复器材业务是与世界前三大品牌商其中的两家进行合作，尤其是跟第一大品牌商的合作很密切，公司和客户共同开发新产品，公司有比较高的话语权，公司同时也接受各国客户中高端轮椅的订单。康复事业部的业务一直以来是持续稳定发展，利润也是持续增长的。随着国内外出生率的降低，人类寿命的延长，人口老龄化的比例越来越高，对于轮椅需求将会逐年增长，公司开发出来的电动轮椅更是符合产品消费升级的需求，利润率比手动轮椅高，使用量预计将会逐年追上手动轮椅，发展前景值得期待。</p> <p>25. 欧美接种疫苗，今年有没有可能跟运营商展开洽谈？可不可能有一个超预期的量？</p> <p>答：目前尚未收到相关信息。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021-03-17