

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：2021-006

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 checked="" type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	汇添富基金王栩、张朋、韩超、杨缙、翁强、雷鸣、杨涛、郑慧莲，中信证券康达、李鑫、廖惠文、冷小梅、耿婷、范丽萍，共 14 人。
时间	2021 年 05 月 14 日上午 08:30-11:30
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，董事会办公室汪燕娥、沈念。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、投资者参观公司创新产业园园区、智能制造车间等。</p> <p>二、公司领导就以下问题与投资者进行沟通交流。</p> <p>1. 公司为什么坚持单一细分品类的产品主要向单一客户提供？</p> <p>回复：公司业务模式最大的特点是产品高度定制化，单一细分品类的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，但根据公司多年来确定的经营原则，公司追求的是和客户建立起长期信任的合作关系，为客户提供整套的制造业务服务，与客户一同创造价值。这是公司长远的经营原则，也是在价值链上体现自身价值的互惠共盈的合作方式。</p> <p>2. 目前芯片供应情况如何？</p> <p>回复：芯片缺货已成为全球电子、通信等行业共同面临的问题，为此我们也做了很多工作，公司高层也在不断加强与供应商代理和原厂高层的交流和沟通，加之供应体系多年来对我们信誉度的认可，所以在当前芯片紧缺的形势下，还是取得了一定的成效。目前</p>

我们下达给供应商的部分电子物料需求已至 2022 年。此外，我们也在通过加大技术研发力度，优化产品设计方案，加大元器件的国产化替代力度等各种措施，缓解芯片缺货的压力。

3. 公司如何维持毛利率处于比较稳定的水平？

回复：公司的大部分产品由一个产品系列组成，某款产品的毛利率会有所波动，但是其对应的产品系列由于产品新型号的推出及升级换代等因素的综合影响，单个产品系列的价格和毛利率总体来说还是比较稳定的。公司主要通过不断研发新品和提高智能制造水平来将产品毛利率维持在比较稳定的水平。一方面，研发新品是维持毛利率稳定的一种有效方式。公司研发生产的产品以智能化、创新型、技术含量高、定位较高端的产品为主，这需要较高的研发投入、丰富的研发人才和研发技术的储备和积累。我们目前有超过 1200 人的研发团队，在研发上也有较为明确的分工。针对 UDM 业务，我们会沿着客户的产品线提前进行技术布局，为客户提供新产品的研发设计方案。另一方面，我们重视智能制造，通过机器换人不断提升自动化水平，提高生产效率，提高产品的良率、直通率和一致性，同时我们也通过加强整个供应链的管理水平等其他各种措施来不断地优化成本、降低费用等，以维持毛利率处于比较稳定的状态。此外，我们也将沿着公司的业务线向供应链上游进行适当延伸，提升公司在整个价值链体系上的价值和地位。

4. 公司管理结构如何匹配公司的发展战略？

回复：企业未来的竞争是团队的竞争。在整体组织结构的管理上，公司从今年开始推行竞聘上岗制度，发掘匹配企业发展需要的管理干部，让有潜质的员工更好地施展才能，做到“人尽其才，才尽其用”，为组织注入新的活力，同时强化员工的使命感与责任感。在 UDM 业务方面，公司采用 BU 独立运作模式，不同的 BU 负责不同的客户和产品，BU 又包括市场、项目管理及业务等多个职能。对客户在一定规模以上的客户实施大鲸鱼群战略，在各类人才投入、客户服务及高层关注等重点资源方面给予更大的支持和倾斜，

以增强重点大客户对公司战略发展的驱动力。

5. 公司如何提高人均产出？

回复：我们一直在通过优化内部管理水平、选择优质客户、持续深化“三化智造”等多种措施来提升人均产值。在内部管理上，我们把研发、业务、人力行政、财务等可以共用的资源平台化，提升人效；在客户开发上，我们坚持走定制化的路线，选择做附加值高的产品；在“三化智造”方面，我们持续推进自动化、信息化和精益化，降本增效。

6. 公司目前的客户还有哪些价值挖掘空间？

回复：（1）在水冷散热控制方面，公司持续在与客户共同研发新的产品，客户的水冷散热控制系统主要用于为高性能电脑及服务器的CPU及GPU散热，随着客户产品方向逐步向高端市场发展及服务器领域的拓展进度明显，客户产品的终端消费需求同比增加，预计会有不错的增长。（2）在雕刻机系列产品方面，这几年家用雕刻机客户一直围绕着手工制作自动化领域延伸及丰富产品线，不断拓展市场，使得雕刻机系列产品及耗材实现快速增长。目前来看，客户的主要市场美国还有比较大的发展空间，欧洲市场也在持续开拓中，因此我们认为家用雕刻机系列产品机及其耗材市场的未来增长仍然是很值得期待的。（3）在与罗技客户的合作方面，公司仍将持续加大与罗技VC及Gaming两个新事业部的合作力度，加快高性能游戏体验设备等新产品线的研发进度，逐步将各产品推进至稳定量产；同时随着马来西亚智造基地产能的提升，也将为我们深化与罗技客户的合作带来更多的机会。（4）公司与雀巢主要合作的产品为咖啡机人机交互面板等智能控制部件，整体情况也是比较稳定的，我们也在积极寻求食品机械方面的合作。（5）在电助力自行车配件方面，近几年，欧洲市场电助力自行车的销量保持良好的增长态势，且客户的电助力自行车产品拥有良好的品质及品牌形象，今年有一个项目已经量产，且有多个项目处于研发阶段，将为公司后续几年带来不错的收入贡献；此外公司与电助力自行车客户合作具

有重要的意义，通过和客户合作，能够进一步提升我们研发、项目管理、生产制造及质量管控等各方面的能力，为未来深化双方合作奠定基础。

7. 主要客户在公司的采购量占其全球采购量比例如何？

回复：每个客户的采购占比不一样。目前公司仍然是雕刻机客户机器设备的核心供应商，耗材领域的占比也在持续提升；公司也是客户水冷散热控制系统的主要供应商；而公司对罗技、雀巢及电动助力自行车客户等国际知名企业的供货量占其全球采购量的比例还是比较小的，还有很大的拓展空间。

8. 公司收购众环科技是出于哪方面的考虑？

回复：众环科技的产品以出口为主，主要为国际客户提供空气净化器、加湿器及植物种植器等产品的协同研发、智能制造等综合服务，其产品主要定位于中高端市场。公司也在持续加大自有品牌智能家居业务的建设，未来将结合多年来在智能控制部件、物联网及自动化方向的技术积累，在智能家居等模块与众环科技的空气净化器、植物种植器等家用电器产品做一些技术方面的协同及具体应用场景的整合。

9. 公司的主要竞争对手有哪些？

回复：因为公司的 UDM 业务模式（产品高度定制化）以及客户分布在不同的行业领域，即由于业务和客户的特征，所以找到完全相同的对标公司比较困难，招股说明书中披露的几家公司在单个领域与公司的产品或行业相似，但不是与公司业态完全相同的对标公司。随着公司的发展及客户的不断拓展，我们的竞争对手的层次和水平也在不断变化。对于竞争我们一直持积极的态度，因为优秀的竞争对手给我们带来一定的压力和良性竞争，使公司能够不断发现自身缺点从而不断进步。实际上，正是在这种压力下，公司才能不断快速成长。

10. 公司的竞争优势和核心竞争力是什么？

回复：首先，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 1200 余名，而且还在持续扩大研发队伍。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，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。其次，公司不断在推进自动化和信息化，公司在研发产品的同时研发相应的智能制造体系，大部分自动化机器设备都是自主研发的，生产线能够快速复制，产能可以较好地匹配产量的增长。此外，公司在国际化领域已经有很强的竞争力，已形成在中国、东南亚和欧洲三地同时运营、分工生产、系统共建、体系共享的格局，可有效预防中美贸易摩擦、新冠疫情等“不可控”风险。最后，公司在质量控制方面是比较强的，我们把测试程序直接烧写在软件芯片中，可以实现所有产品全流程的监测。

公司多年积累所形成的特有的 UDM 业务模式优势、技术研发优势、智能制造优势、质量控制优势、客户优势、管理优势、国际化管理及布局的优势等是我们不断做大做强的核心竞争力，其他企业要掌握这些竞争力需要长时间的人才积累、技术积累、经验积累等。

11. 公司与罗技合作的时间较长，但收入规模增长速度较为缓慢，原因是什么？

回复：公司自 2004 年开始与罗技合作，在与客户的合作过程中，客户给了我们很多帮助，促进我们在研发设计、智能制造、质量控制、信息化及自动化等方面不断提升。

公司之前主要为客户提供网络遥控器、演示器及游戏手柄等，2019 年我们新增拓展客户 Gaming 及 VC 两个新事业部的合作，产品也逐步拓展至游戏模拟器、视频会议系统等。近两年，网络遥控器因产品生命周期问题收入缩减明显，演示器因疫情影响收入有所下降，而视频会议系统等新产品销售收入稳定增长，从而使得该客户的收入规模总体保持小幅增长的态势。我们目前在美国和台湾地区都有组建专门的团队开展视频领域相关技术研究，未来在视频领域还是会有一些值得期待的新合作机会。随着马来西亚智造基地能

力的提升，我们也随之拥有获取客户更多新业务合作的能力和机会。

12. 研发过程中产生的各种知识产权如何区分？

回复：一般来说，我们会依据合同约定确定知识产权归属问题。因为公司深入客户产品前端研发，在合作过程中，除知识产权外，还会产生很多 Knowhow，所以我们选择单一细分品类产品主要向单一客户提供的经营原则。在这种原则下，公司与客户建立了很好的信任关系，因此，自公司组建以来，从未与客户发生知识产权争议方面的问题。

13. 公司做的产品底层技术有没有相通性？

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、机器设备等方面均具有一定的相通性。不同客户的产品会有不同的需求，因此我们采用大客户战略，以更好地满足客户的个性化需求。

14. 公司研发团队的组织结构是怎样的，人员配置与收入结构是匹配的吗？

回复：从业务分类来看，公司主要有 UDM 业务的研发团队、智能家居业务的研发团队、智能制造体系的研发团队以及基础应用研发团队等。在上述架构下又作进一步的细分，比如 UDM 研发团队又细分有结构、电子、软件、测试等部门。研发人员配置不一定与收入结构匹配，主要与客户产品研发项目的数量、基础技术应用及自有产品规划布局有关。

15. 公司对智能家居业务的定位是怎样的？

回复：公司在智能家居领域，主要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。目前主要采用 B2B2C、直营+代理的方式予以拓展，在销售、运营方面，公司会广泛与家装设计公司合作，通过将智能家居产品嵌入设计方案的方式让用户选择，进而引发消费。

16. 公司新产品创意的来源？

回复：公司客户主要为两类，分别是国际知名企业及科技型企业。对于国际知名企业客户，由于其拥有较为科学的市场调研能力及较强的产品营销推广能力等，其新产品成功率较高，所以我们倾向于紧跟客户步伐，配合客户快速开展产品研发等；对于科技创新型企业，对于其拟推出的新产品我们会进行认真评估，如果有好的产品和业务方向，我们也会在资源倾斜、技术研发等方面提供支持和帮助；同时，我们在全球布局的一些研发机构及资源，也能有效获取国外客户的需求。此外，我们也有为创新型企业提供孵化创新项目的平台。

17. 公司预计未来几年的资本支出有哪些？

回复：未来几年，预计还将加大马来西亚智造基地、漳州智造基地、匈牙利智造基地的资本支出，比如建设厂房、购买机器设备、改善生产办公环境等。

18. 公司未来几年会考虑再融资吗？

回复：公司目前资产负债率水平相对较低，但不排除再融资的可能性。如果遇到一些符合公司战略规划领域，我们也会考虑通过再融资的方式积极延伸至该领域。

19. 公司海外员工的占比情况如何？

回复：海外员工占比在 20% 左右，主要分布在马来西亚、瑞士、台湾等国家和地区。

20. 请简要介绍公司自有品牌业务的发展状况？

回复：在智能制造解决方案方面，我们正在积极挖掘电子、塑胶、光伏等领域的合作机会，目前服务客户 60 余家；智能家居系统我们主要采用 B2B2C、直营+代理的方式予以拓展，目前已经开设了 5 家线下直营店，同时我们也在积极拓展代理商，未来代理商渠道将成为我们的主要流量入口；在汽车电子方面，未来几年公司会聚焦智能座舱领域，例如天窗控制模块、座椅控制及记忆模块等。

21. 公司的汽车电子属于 Tier 1 还是 Tier 2？

回复：公司目前有厦门盈趣汽车电子及上海艾铭思两家子公司

	<p>主要负责汽车电子产品及相关技术的研发。厦门盈趣汽车电子有部分做到了 Tier 1，大部分还是 Tier 2。目前主要聚焦于商用车领域，持续为宇通和金龙等国内外一线商用车车厂提供车载显示器系列产品、车载大屏中控系列产品及车载后视系统等产品，同时还为吉利汽车等乘用车领域客户提供电子防眩镜等产品。上海艾铭思主要从事汽车控制系统类产品的研发生产，如天窗控制模块、座椅控制及记忆模块等，其客户主要是汽车行业相关部件的主要 Tier 1。</p> <p>22. 国外疫情对马来西亚的影响？</p> <p>回复：马来西亚自 5 月 12 日至 6 月 7 日在全国范围内实施“行动管制令”以及相关管控措施。在疫情面前，公司一手抓疫情防护工作，一手抓生产，目前马来西亚智造基地生产经营正常。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 05 月 14 日