

参与单位名称及人员	中海基金 国泰基金 银河基金 太平基金 浙商基金 东兴基金 中信保诚基金 惠升基金 长江资管 财通资管 北京金百裕投资 复胜资产管理有限公司 上海磐厚动量投资 汉和资本 枫池投资 毕盛投资 挚信资本 Trivest advisors 上海朴道瑞富投资 瑾拓投资 丰岭资本 汇利资产管理 易迪投资 睿郡资产 瑞丰汇邦资管 泓澄投资 美国资本集团 清水源投资 康曼德资本 玖鹏资产 同犇投资 上海聆泽投资 中创资本 锯力煌锯床 华安资产 瀚川投资 富兰克林华美投信 通用投资有限公司 广东竣弘投资 上海慈阳投资 上海丰煜投资 汇瑾资产 沅杨资产管理 敦和资产	姚晨曦、王泉涌； 戴计辉； 刘丛菁； 鲍宗禹； 陈霸鑫； 蒋兴文； 常峪宁、孙浩中； 彭柏文； 徐婕； 周奕涛； 崔墨男； 周瑞剑； 吕翔、陈逸同； 吴一舟； 邢哲； 王兴林； 乐济铭； 杨硕； 杜炜； 吕贺庆； 李涛； 朱远峰； 徐文凯； 毕慕超； 王大鹏； 刘照琛； 忻慧婷； 程宇楠； 陈庆平； 薛博宇； 李明、林烈雄； 沙小川； 陈卫军； 李斌胜； 庞雅菁； 解承堯； 顏笠贇； 蒋春婷； 陈翔； 宋伟明； 文彧； 陈飞； 王志强； 张铎；
-----------	--	---

	<p>相生资产 上海市城投控股/诚鼎基金 中融基金 天冶基金 中庚基金 博道基金 其他投资者 合计参加调研人数为 142 人。</p> <p>欧阳俊明； 郑浚轩； 王可汗； 冯超； 潘博众； 袁争光； 22 人；</p>
<p>时间</p>	<p>2021 年 5 月 28 日（周五）下午 13:30-17:30</p>
<p>地点</p>	<p>苏州市台群机械有限公司（苏州市相城区黄埭镇太东路 3000 号）</p>
<p>上市公司接待 人员姓名</p>	<p>董事长 夏军； 副总经理、董事会秘书 黄博； 财务总监 伍永兵； 营销负责人 肖文； 技术负责人 段周波； 国家制造业基金 股权投资部副总经理、公司监事 蔚力兵。</p>
<p>投资者关系活 动主要内容介 绍</p>	<p>一、创世纪接待人员带领投资者参观苏州通用机床产业园。</p> <p>二、技术负责人段周波介绍创世纪技术研发成果及未来规划</p> <p>1、公司高端智能装备业务总体技术现状及未来目标</p> <p>2、技术团队规模与研发投入</p> <p>(1) 技术人员：公司高端智能装备业务技术人员已从 2018 年的 210 人提升到 2021 年的 400 多人，同时聘请了外部专家团，具体包括台湾研发团队（高端加工中心研发方向）、日本顾问团队（主轴，转台，刀库等）；</p> <p>(2) 研发投入：公司高端智能装备业务年度研发投入 2018 年以来显著增加，与华中科技大学、清华大学深圳研究院、哈尔滨工业大学等高校在数控系统开发、脆硬</p>

投资者关系活动主要内容介绍	<p>材料加工、高精度加工等方面开展产学研合作。</p> <p>3、整机研发成果</p> <p>(1) 钻攻机：当前公司批量生产的钻攻机是第六代产品（机床“云平台”也投入使用，1s 换刀时间），第七代在测试中（直线电机应用）。公司经业界 70,000 台应用实践，总结大量宝贵的技术经验和加工应用数据，通过大数据分析、测试对比，细分加工领域，针对性的研发满足不同加工需求的钻攻系列机床。</p> <p>(2) 立式加工中心：公司 2014 年做第一代立式加工中心，很多技术来自于钻攻机的沉淀；其中的爆款机型 T-V856S，在研发端已经做过针对性考察，性价比方面有显著优势。</p> <p>(3) 自动化、数字化解决方案：1) 国家智能制造示范点：公司在国内率先建成了移动终端金属结构件的自动化、数字化车间，通过自动化生产、智能化设计、智能化排程、智能化制造，打造自动化生产线并实现了量产。2) 自动化装配生产线：打造自动化装配生产线，节省人工并提高装配效率。3) 云管理系统：机床云管理系统帮助客户打造生产设备联网、设备状态监控、生产程序管理、设备运维、生产自动报工、成本绩效管理等数字化生产车间。</p> <p>4、核心零部件研发成果</p> <p>(1) 主轴、刀库、转台研发成果：公司拥有核心自主的主轴相关专利 15 项、刀库相关专利 24 项、转台相关专利 5 项，并实现主轴 50%自主化率、刀库 90%自主化率；自主化的实现方式为自主设计、指定关键材料及零部件、委托加工和定向交付，具有较高的技术和供应保障程度。</p> <p>(2) 数控系统研发成果：1) 一次开发：公司联合华中数控共同开发精雕机数控系统（TaiKan818D），突破系统瓶颈，目前正在部分玻璃精雕机上运行。2) 二次开发：公司在数控系统源代码的基础上，积极开展基于客户真实需求的数控系统二次开发，并经过多次版本升级迭代，目前已实现 5 大模块、30 多个界面的开发，能够为客户在参数调整、简易编程、刀具使用、权限管理等方面提供更方便、快捷的加工体验。</p> <p>公司从 2012 年开始自主独立开发界面，在三菱、西门子、发那科系统上进行二次开发。经过多次版本升级迭代，目前技术已经非常成熟稳定。</p> <p>三、营销负责人介绍创世纪通用机型产品与市场营销策略</p> <p>1、市场规模及创世纪通用机业务情况</p>
---------------	---

投资者关系活动主要内容介绍

(1) 中国数控机床产业规模全球第二：根据赛迪顾问数据，2019 年全球数控机床产值 1,482 亿美元，中国数控机床产值 470 亿美元、占全球数控机床产值的 31.5%。2019 年全球数控金属切削机床产业规模 783 亿美元，占全球数控机床产值规模比重为 52.5%。中国金属切削机床产业规模 250 亿美元，占国内数控机床产业规模的 53.2%，占全球数控金属切削机床产业规模的 31.9%。

(2) 中国数控机床供给、需求居全球第一：据 CCID 数据，2019 年全球数控金属加工机床产值为 842 亿美元，中国数控金属加工机床产值为 194.2 亿美元，在全球市场中占据份额为 23.1%。2019 年全球数控金属加工机床消费额为 821 亿美元，中国数控金属加工机床消费额为 223 亿美元，在全球需求市场中占据份额为 27.2%。中国数控金属加工机床行业供给、需求均居全球第一。

(3) 创世纪通用机床爆发式增长：借助在 3C 领域的人才储备、技术积累、品牌影响力、供应链管理和规模化制造优势，自 2017 年开始公司加快在通用机床领域的布局，并集中资源重点打造立式加工中心系列产品，连续三年实现了销量翻番。

(4) 创世纪通用机床业务规模：2020 年公司通用机型出货 5,000 台，其中立式加工中心 4,000 台，市场占有率位列第一梯队。

(5) 立式加工中心业务情况：该产品客户分布广、应用领域较为分散，下游主要是机械加工、5G 通讯、模具、汽车零部件等。立式加工中心是公司通用机型业务的发展重点，发展目标是在未来 3 至 5 年内市场占有率力争提升到约 20-30%。

2、创世纪市场策略

在国内外机床品牌中，第一梯队为国际知名品牌，其特点是知名度高，品质好，价格高，性能稳定，如山崎马扎克、德玛吉森等日、德品牌；第二梯队，是国内一线品牌，如台群精机（创世纪）、海天精工、北京精雕等以及台、韩品牌；行业内第三梯队指国内二、三线品牌。未来，公司将采取多元化市场策略，持续推动核心产品市占率提升：

(1) 持续打造 TaiKan 高性价比标签：公司机床产品的核心特点是高速、高精、高效、高稳定性，继续保持高性价比优势，能够助推通用机床业务发展。

(2) 布局通用机各类型、各档次全覆盖的完整产品线：公司通用机床产品序列覆盖立式加工中心系列、卧加系列、龙门系列、车床系列等，未来将积极把握市场和客户需求，持续开发迭代新产品。

(3) 开展营销创新，推行数字化营销、互联网营销裂变拉新：公司基于 CRM 大

投资者关系活动主要内容介绍	<p>量客户分析，掌握客户痛点，借助互联网思维开展营销，快速传播、裂变。2021 年第一季度，公司进行开年团购活动，实现立式加工中心促销机型签单数量 3,700 台。公司开展线上营销和创新型营销的收效较好，未来将继续推进。</p> <p>(4) 打造全生态营销系统，全渠道推进销售增长：通过向客户销售新机、从客户处置换二手机、二手机维修/翻新销售，打造新机、置换、二手机等业务齐全的生态营销系统。</p> <p>(5) 单点突破、复制经验，尝试多元化营销策略：公司在浙江市场通过多年布局，借助二手机投放、人员投入、广告投放、展会推广、互联网思维营销等多种营销手段，实现销售额从 2019 年的约 4,000 万元增长至 2020 年的约 1.5 亿元。公司将浙江区域成功经验复制到华北等其他区域，以点到面，在做好做透某一区域市场后，逐步覆盖国内其他区域市场。</p> <p>3、行业及创世纪通用机业务的未来展望</p> <p>(1) 中国通用机床进入更新周期：我国数控机床更新周期约为 8 至 10 年，数控金属切削机床产量 2018 至 2020 年处于低位。预计 2021 年存量机床进入更新周期，有望带来通用类数控机床需求的爆发。</p> <p>(2) 进口替代带来广阔市场空间：据海关相关统计，2017 至 2019 年，国内进口数控机床的金额达到 29 亿、34 亿、29 亿美元；按 3 年平均值，国内数控机床的年均进口替代空间高达 31 亿美元，即使仅完成对其中 30% 左右的替代率，未来我国数控机床行业每年至少新增 10 亿美元的市场空间。公司数控机床产品具备进口替代实力。</p> <p>(3) 立式加工中心市场占有率有望持续提升：基于 TaiKan 品牌、公司平台和稳健的业务团队，立式加工中心有望保持增长势头，目标在未来的 3 至 5 年内市场占有率力争达到约 20-30%。</p> <p>(4) 公司将推出高端及细分领域立式加工中心，扩宽应用领域：推出高端（价格高、技术含量高、高精领域）立式加工中心、特种立式加工中心产品，满足高精密加工、专业细分领域加工需要；</p> <p>(5) 公司将延伸扩展龙门、卧加、车床等产品序列：公司为车床、龙门、卧加等产品序列扩展做好技术储备，为全面的市场推广奠定基础。</p> <p>四、问答交流</p> <p>1、投资者：投资者普遍关注 3C 机型订单情况，请问 2021 年订单需求如何？3C 订单景气度如何？</p>
---------------	---

投资者关系活动主要内容介绍

创世纪：（1）2021年第一季度3C系列和通用系列机型出货量占比接近1:1，这一情形不是因为3C订单下滑导致，而是因为去年12月份到今年1月份通用机型订单充足且有交付承诺，所以公司将一部分产能调整到通用机型上。

（2）3C核心供应链相关客户的需求没有下降，目前公司产能处于饱和状态，3C订单较为充足；虽然个别客户3C订单后延，订单后延不会导致总体订单量下降，而是恰好回避了两个暂时性问题：一是阶段性产能受限问题；二是原材料价格上涨问题。

（3）公司积极发展通用型钻攻机，拓宽钻攻机应用领域。钻攻机方面，分为传统3C和新兴通用的钻攻机，传统3C钻攻机主要用途是用于制造手机、笔记本电脑、watch穿戴等3C产业链产品；新型通用的钻攻机，也即非传统3C钻攻机，主要应用领域有：1）电子烟；2）无人机、云台零部件加工，此部分订单客户主要为大疆供应链供应商；3）新能源汽车零件；4）智能家居；5）材料变化带来的其他新领域，此部分的订单增长值得关注。

2、投资者：目前通用机床订单和产能情况如何？

创世纪：（1）通用订单情况：目前，通用机床订单充足，订单能见度已看到第三季度。（2）产能情况：截至第一季度末，公司总体产能为2,000台/月；4月份开始，公司通过多种方式强化产能爬坡，预计到7月份，公司月度总体产能将逐步达到2,500台/月；东莞沙田基地投产后只需做产能平移即可；一般来看，产量达到产能的90%为较理想的利用率。从4月份出货量看，单月出货量达到去年四季度的水平。

3、投资者：3C行业过去台湾代工厂比较多，但这两年国内OEM供应链的资本开支计划加大，未来几年有没有可能迎来产业转移，带来相关固定资产投资？

创世纪：（1）在3C钻攻机领域，之前发那科等品牌进口机床占据国内市场制高点；最近2-3年，公司3C系列产品经过下游客户使用验证和认证，从稳定性、效率等各方面上看，与进口产品差距已经非常小，在刀具使用寿命等部分性能上甚至更优于进口产品。（2）公司给部分客户开展更深层次的联合开发，后续也会有推出一些更加有特色和亮点的产品，既能帮助客户解决特定问题，又能优化完善公司产品的性能。（3）公司已经和部分客户有比较深入的合作，同时也在积极对接新产品、新材料领域机型的开发供应。（4）下游供应链资本开支加大，与公司产品需求的增加存在正向关系。

4、投资者：3C领域积累起来的技术、硬件，有哪些在通用机床上可以使用？

创世纪：（1）技术应用方面：3C领域的智能穿戴与5G基站加工应用领域的很

投资者关系活动主要内容介绍

多应用技术可以互通互补，可以直接应用于通用机床上。（2）生产线和生产技术方面：生产 3C 机型的场地，如深圳产业园等，可以直接用于生产通用机型，各生产基地产线可灵活调整。（3）供应链方面：立式加工中心和钻攻机的供应链重合度达到 90% 以上，供应链端有一定规模优势。（4）售后服务方面：公司售后服务团队经过多年的营销服务，已建立了一套快速响应的服务机制，服务团队树立了即时性服务意识和态度，售后服务能力为公司开拓通用机市场提供了保障。（5）市场渠道方面：公司这两年持续在市场端、销售端布局，3C 领域和通用领域部分市场和渠道资源可互用。

5、投资者：公司提出全生态营销思路，后端市场有哪些市场领域？

创世纪：（1）公司把设备交易市场分为两段，前市场（新机销售）和后市场（二手机置换）。前市场是内循环生态，后市场是外循环生态。从市场规模和国外发展历史上看，后市场的广度大于前市场。（2）后市场方面存在周期性问题，目前公司正在布局：1）针对不同类型、来源的设备采取不同的置换计划；2）通过帮助客户置换旧设备，增加客户粘性。公司团队拥有对主轴、丝杆、刀库等设备进行修复的技术，对置换的二手机器设备进行修理和技术改造，再进行二手机销售；3）加强产品的金融属性，根据客户需求、针对后市场中的租赁市场，推行定向租赁模式。

6、投资者：后市场外循环生态中，公司对刀库等耗材进行修复，后续会在刀片上进行布局吗？

创世纪：目前公司的售后策略还是以服务为主，精心做服务；未来会在做好服务的基础上，根据客户需求、市场情况再做打算。

7、投资者：3C 类产品和通用型产品的寿命有明显差别，因此在产品研发上的侧重点应该是不同的，研发过程中两种产品的研发方向是不是有明显区分？考核和组织的形式是不是也有明显的差异？

创世纪：（1）钻攻中心也属于高速小型加工中心，由于行业特性影响，3C 行业很多企业稼机率 100%，大多数设备是 24h 不停机；从技术角度来看，3C 类产品工况和使用条件更加严酷。把 3C 类产品的经验平移到通用机业务，是完全没有问题的，在精度和可靠性方面还有富余。（2）公司面向高端智能装备业务序列制定/搭建了科学的研发考核体系和组织形式，同样适合于通用业务。

8、投资者：公司如何与 3C 外资品牌竞争？

创世纪：（1）持续推进产品迭代，夯实核心竞争力。如前所述，公司产品具备

投资者关系活动主要内容介绍

进口替代实力,甚至在部分检测指标上处于领先水平。公司将不断推动产品性能升级,以扎实的产品质量开展市场竞争。(2)提升销售人员素质,打造营销团队竞争力。

(3)立足自身长板,充分发挥竞争优势。相对于外资品牌,我们拥有服务优势、快速响应优势等。(4)持续打造性价比优势。公司立足于本土化机制、轻资产运营模式、核心部件国产化、全周期供应链管理体系,能够持续保持性价比优势,有助于实现差异化竞争。(5)采取灵活积极的营销策略。公司与国外品牌采取的是两种不同的营销方式,国外品牌基本上是坐销;公司采取行销,并布局多样化的营销渠道,积极开展营销创新,搭建狼性、灵活、多样化的营销机制。

9、投资者: 3C和通用不同系列经营目标分别是?立式加工中心的毛利率考量是怎么样的?

创世纪: (1)从技术端来讲,3C目标是对标国际领先品牌。3C市场的竞争格局相对集中,主要是进口替代市场,公司也有相应的竞争优势。未来3C市场中主要靠技术和市场卡位,公司还需进一步缩短与国外品牌的技术差距。(2)通用机型的目标是在现有毛利率和现金流的水平下,确保我们市占率的持续提升。(3)立式加工中心在基本保持毛利率水平的情况下,需要先把市占率提升上来,后靠品牌影响力来提升毛利率,同时采取用组合拳降低成本。

10、投资者: 数控系统采购是向海外供应商直接采购还是通过其国内代理商采购的?数控系统是否会因为芯片短缺问题导致供应短缺?

创世纪: (1)目前,公司也是相关数控系统品牌在国内的大客户,年度采购协议及核心条款是与主要品牌商谈,具体采购订单交易和服务是与其国内代理商谈。(2)公司和数控系统供应商签署了年度供应协议,且有一定的选择空间,目前没有出现数控系统缺货的情形。

11、投资者: 原材料波动对毛利率的影响?

创世纪: 零部件(钣金、铸件)原材料中有生铁、冷轧板等大宗商品,在机床成本里占比为20%左右,前期原材料价格出现了一定程度上涨,对公司毛利率产生一定负面影响,但整体影响可控。公司主要通过两方面措施来控制原材料价格波动对毛利率的影响:(1)规模优势。在规模优势下,公司强化生产制造端的精益生产来降低成本,同时通过规模优势加强对上游的议价能力。(2)向下游传导成本上涨压力。公司3月份取消促销优惠活动、促销产品恢复价格,4月份全系列产品根据实际情况进行调价,向下游传导部分成本上涨压力。

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>12、投资者：公司产能扩张是否面临人员瓶颈？</p> <p>创世纪：公司产能扩张是在两年前规划的，因此制造人员的招聘在 2019 年、2020 年就已经陆续启动，已提前做好准备。公司有约 30% 以上的员工拥有 10 年以上工作经验，能够做到老带新、保证新员工熟练度和业务水平。</p> <p>13、投资者：国家制造业转型升级基金股份有限公司（以下简称“国家制造业基金”）当时入股深圳市创世纪机械有限公司（以下简称“深圳创世纪”），对其期待是什么？未来与公司会有哪些互动和合作？</p> <p>国家制造业基金：（1）国家制造业基金投资深圳创世纪的逻辑：1）机床行业是国家制造业基金非常关注和投资的重点领域；2）深圳创世纪在机床行业中处于龙头地位，在市场地位、经营能力、供应链把控能力上都比较优秀；3）深圳创世纪的发展战略、未来规划和国家制造业基金在机床领域上的想法相吻合。（2）国家制造业基金对深圳创世纪是战略性的投资，不会把短期财务收益看得很重，与深圳创世纪长期合作才是主要考量。（3）国家制造业基金未来也会在机床下游的功能部件领域做一些投资，做整个产业链的布局，预计未来和深圳创世纪在机床产业链布局方面会有合作机会。</p> <p>14、投资者：国家制造业基金回购安排现在是什么进展？</p> <p>创世纪：公司与国家制造业基金签订的协议约定回购条款，回购期限是 24 个月内，回购方式的第一选择是以发行股份购买资产方式回购，具体进展（如有）敬请以公司后续披露的各项公告为准。</p> <p>15、投资者：公司的长远发展目标如何？</p> <p>创世纪：2020 年度，公司高端装备业务实现快速增长的原因，一是坚持和坚守，二是极致专注。当下公司首先要立足于规模扩大和产能提升，解决产能缺口矛盾，持续进行精益生产和成本优化，夯实发展根基，以推动核心主业行稳致远。</p> <p>从短中期来讲，公司将保持技术提升、精益生产、规模扩张和品牌拓展的基本经营理念，做到“大和强”。</p> <p>从中长期来讲，公司确立“以人才为中心”的价值观，以技术和营销为两个基本点、切实打造技术和品牌核心壁垒，实现“强和久”的发展目标。</p>
<p>附件清单</p>	<p>无。</p>
<p>日期</p>	<p>2021 年 5 月 28 日</p>