

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：2022-003

<b>投资者关系活动类别</b>	<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
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	安信证券刘夏凡，博时基金许少波，财通基金钟俊，创金合信陆迪，东北证券唐凯，东方证券资产刚登峰、虞圳劬，东方证券江舟，东吴证券邹文婕、张潇、郝越，豪山资产蔡再行，国盛证券姜文镗、李晨，国新基金胡彦龙，国元证券徐偲、许元琨、曹之恒，海通证券王文杰，弈宸私募基金沈锋强，华安合鑫资产邹锐，华宝基金卢毅，华创证券毛宇翔、范熙蒙，华泰保险资产郑金镇，华夏基金佟巍，华鑫证券范益民、王月，汇添富基金杨璿，嘉实基金谭丽、张金涛、彭民、刘岚，金犖投资曹剑飞，景顺长城基金孟禾，凯石基金张俊，民生通惠资产何文斌，南方基金车育文、钟贇，璟恒投资李育慧，平安基金张淼，平安养老保险张孝达，前海创富兆业刘政科，前海人寿保险钟青松，三耕资产史良、杜成就，信璞私募基金杨冠淳，上海证券陈宇哲，上银基金卢扬，前海汇融丰资产莫启聪，天风证券许俊峰、马莹、蒋梦晗、盖元萁、尉鹏洁、陶雨丰，汐泰投资陈梦笔，兴业基金廖欢欢，兴业全球基金孟灿，兴业证券王凯丽、张毅、吴慧敏，兴银理财胡轶韬，野村资产何婧雯，易米基金包丽华，长城财富胡纪元，长江证券徐皓亮、蔡方羿，招商基金王垠，招商证券程鑫、刘雨航、许德学，浙商证券史凡可、傅嘉成，浙商基金陈鹏辉，浙商证券资产唐靓，中海基金陈玮，中荷人寿保险王金龙，中加基金冯汉杰、但嘉桓，中金公司林千叶、吕沛航、王杰睿、马小淳、欧阳晓楠，中泰证券张舒怡、郭美鑫、杨爽，中泰证券资产陈佳玲，中信保诚基金孙浩中，中信证券李鑫、冯博佳，中再资产赵勇，众安保险资产徐文浩，棕榈滩投资李伟，共 95 人。
<b>时间</b>	2022 年 04 月 23 日下午 15:00-17:00
<b>地点</b>	厦门市海沧区东孚西路 100 号盈趣科技创新产业园

<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>当值总裁杨明，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。</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>一、公司董事会秘书对 2021 年及 2022 年第一季度经营情况及财务状况进行汇报。</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 2022 年全年主要板块的业务是怎样规划和展望的？</p> <p>回复：总体上来看，公司产品以出口为主，受西方万圣节、感恩节和圣诞节等节日的影响，通常公司下半年收入会比上半年好一些；2021 年由于疫情、缺料、船期紧张等因素的影响，出现了反周期的情况。预计 2022 年将会逐步回归至往年的行业季节性周期。各板块业务展望具体如下：</p> <p>（1）在 UDM 业务方面：①家用雕刻机的客户拥有良好的盈利模式，已经建立覆盖产品、耗材及内容为一体的产品和服务生态，这三部分是相辅相成、互相促进的，并逐步向更加健康的方向发展。根据客户公开披露的数据，家用雕刻机客户的用户数已超过 640 万，目前已在全球超过 45 个国家或地区销售，短期的业绩波动不会改变其长期的发展趋势。②公司为电子烟客户提供电子烟精密塑胶部件，同时正在与客户开展电子烟核心部件的合作，第一季度电子烟精密塑胶部件收入同比增长近 20%，随着双方合作的不断深化，未来公司电子烟相关产品的发展还是非常值得期待的。</p> <p>（2）在 UDM2.0 业务方面：2022 年，公司将继续加大在工控、车规、医疗及高端食品机器等领域的资源投入。①我们与电助力自行车客户合作研发生产的几款新产品已于 2021 年陆续量产，2022 年及未来几年的业绩增量值得期待；我们非常重视和该客户的合作，将其作为我们实施 UDM2.0 的重要抓手，并将借此契机，以车规级的标准不断提升公司研发、项目管理、质量管控及客户服务等各方面的能力，为未来更好的发展打下扎实的基础。②在工控领域，我们与罗技客户在 Gaming 和 VC 领域合作的产品也非常值得关注，Gaming 和 VC 是罗技近年来发展最快的两个事业部，收入占其总营收的比例将近 50%，公司在这两个领域的资源配置及技术布局等</p>

方面也得到了客户前所未有的重视，目前双方正在就一些单体价值量高的单品开展合作，量产后预计将给公司带了不错的收入贡献。③公司与雀巢合作的高端食品机械等相关产品在往后几年应该都会有比较明显的成长，我们将持续布局高端食品领域的整机研发，目前公司也陆续收到一些其他食品领域行业领先客户的询盘。④在医疗领域，今年我们已经开始为国内外的一些客户开发医疗领域的产品，主要做医疗领域自动化或电子化的产品器械，预计今年下半年会有医疗领域的产品量产，实现在该领域零的突破。

(3) 在 OBM 业务方面，汽车电子今年有望实现比较好的增长。我们持续优化车身的控制部件、防眩镜等核心产品，同时集中力量进行智能座舱领域的研发。目前来看，未来汽车电子这块业务的增量是值得期待的。

(4) 在健康环境领域，植物种植器产品最近一年快速增长，预计未来该产品仍将保持这种快速发展的态势。

(5) 东莞音趣科技的 TWS 耳机、盈塑的高端精密模具及注塑业务未来都会带来一定的业绩增量。

2. 请问 2022 年 Q1 利润率同比下降的主要原因是什么？请对 2022 年 Q2、Q3 的利润率做一个展望。

回复：2022 年 Q1 利润率同比下降主要有以下几个原因：不同毛利率的产品销售占比有所变化，2021 年毛利率较高产品占比较高；去年 Q1 之后，芯片、原材料等价格上涨较快，海运费增长较快；公司产品销售主要采用美元结算，美元资产的持有量相对较多，汇率的波动对公司会有较大的影响，今年 Q1 汇率与去年同期相比还是相对较低的。

往后展望，利润率压力依然存在，但有利的因素也在积极发挥作用，例如我们通过提升自动化水平、提高生产效率、提高产品的良率和直通率、加强整个供应链的管理水平等各种措施来不断地优化成本、降低费用等；此外，我们也关注到了近期美元兑人民币汇率的变化，对毛利率也有积极的影响；最后，我们认为推出新品是

缓解毛利率压力最有效的方式，公司接下来陆续会有新品量产。总的来看，我们认为接下来毛利率水平会相对稳定。

3. 公司自上市以来，营业收入增长较快，利润方面增加的不算太多，主要原因是什么？

回复：（1）公司产品结构发生变化，随着公司其他业务的快速发展，毛利率较高的产品占比降低；（2）2020 年疫情以来，公司给予客户一定降价支持、部分原材料价格上涨以及美元贬值等原因导致产品毛利率下降；（3）随着公司经营规模的扩大，折旧费用、水电费、研发人员和管理人员薪酬，以及市场营销推广费用等费用增加；（4）由于疫情影响，客户推出新品的节奏放缓。

4. 公司 2021 年员工总数相较前一年没有太大变化，人均产值的增速还是挺高的，相对的人均薪酬有一个快速的增长。往后去看，我们在人员投入上有什么样的考虑？去年营业收入有一个比较好的增速，但人员没怎么增长，背后有什么亮点或者成效吗？

回复：（1）目前公司已在厦门、深圳、上海、瑞士、台湾等国家或地区设置了研发中心，构建起全球研发体系，拥有电子、结构、软件、工业设计及测试等多种职能研发人员 1300 余名，研发人员占比 20% 以上，研发队伍还在持续扩大。公司的 UDM 业务模式有一个特点即产品高度定制化，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。公司 UDM 业务模式另一个特点是研发产品的同时研发智能制造体系，我们也在不断加大自动化和信息化领域的研发投入。所以这几年我们研发投入的绝对金额还是比较大的。（2）公司在一些比较发达的国家和地区，如深圳、上海、瑞士、台湾等地投资设立了子公司，这些地区的人员薪酬水平相对较高。此外，国家鼓励“共同富裕”，各个行业的工资水平也会相应提高。我们希望通过有竞争力的薪酬吸引一流的人才。（3）企业之间的竞争归根到底是人的竞争，是人才配比和人才水平的竞争，所以这几年我们加大高端人才引进力度，为未来做好充分的准备。

5. 请介绍一下家用雕刻机产品的生意逻辑？

回复：家用雕刻机是一款创新创意程度较高的产品，客户已建立了覆盖产品、耗材及平台内容等为一体的产品和服务生态。其主要功能是采用刀片镂空技术切割事先设计的图形，可对纸张、布、皮革等不同材质进行切割，多用于家庭手工制作贺卡、剪纸、礼盒、名片、拼图、纸模制作等，并且其可与智能终端连接获得丰富的题材库，具有良好的 DIY 消费体验；此外，客户也一直在围绕着手工自动化领域持续布局周边产品，如近年推出的家用图标图案熨烫机可以将切割好的图标图案熨烫在衣服等布料上，进一步满足用户定制化的个性需求。

6. 公司今年研发人员的招聘计划？研发费用率会继续提升吗？

回复：按照我们原来的计划，今年预计有 100-150 个研发人员的招募需求。主要还是看我们项目的进展，还有新产品的推进情况。

(1) 我们目前在通过多种方式提升研发效率。一方面，我们把研发的工时做好数据记录和分析；另一方面，我们建立全球研发人员能力地图，登记各研发人员擅长的细分领域；此外，我们通过 PLM 系统，解决有时差的协同研发问题。通过这些措施，能有效的提升研发效率，在原来基本的研发领域，研发人员不一定需要绝对数量的增加。(2) 在我们 UDM2.0 战略领域，例如工控、车规、医疗及高端食品机器等领域需要招募一些材料、重要零部件、仿真能力、AI、AIoT 等专精领域的研发人员。

7. 公司自动化业务和智能家居业务的进展和展望？

回复：在自动化业务领域，我们不停地在进行研发投入，将人工智能导入自动化，同时也在自己研发六轴机械手臂，此外，我们在积极探索自动化和信息化领域的标准化，目前正在积极挖掘电子、新能源、卫浴、塑胶等行业领域的合作机会。在智能家居领域，公司持续、稳步投入，目前已拥有较为充足的技术、人员及产品储备，主要采用 B2B2C、直营+代理的方式拓展智能家居业务。

8. UDM2.0 相对 UDM1.0 有什么区别？

	<p>回复：总体来说，公司 UDM2.0 战略是指在研发能力、客户拓展和服务能力、项目管理能力、供应链管理能力和智能制造能力及质量管控能力等各方面综合配套能力都向更高水平迈进一大步。如在技术研发方面，积极拓展车规、医疗、食品领域，并寻求音视频、人工智能、导航控制、5G 技术、无线协议等领域相关技术的应用和开发；在客户拓展和服务能力方面，成立 Global marketing，充分利用欧洲和北美子公司、design house 和签约客户代表等，不断开发其他国际知名企业客户，全面实施 humility 客户服务理念，全方位提升客户满意度；在供应链管理方面，不断深化集团供应链管理新模式，加大资源整合及共享力度，带领优质的供应商到马来西亚投资，加快马来西亚智造基地供应链本地开发节奏等。</p> <p>9. 原材料价格是否出现回落趋势？</p> <p>回复：目前原材料价格还没有看到明显的回落趋势，但是相对之前原材料供应紧张的情况有所缓解。</p> <p>10. 马来西亚供应链的完整程度？马来西亚成本和国内相比如何？</p> <p>回复：目前在马来西亚制造基地的生产成本基本和厦门趋同。马来西亚的供应链完整程度目前来说不及国内，因此，我们还将持续加大马来西亚智造基地的投入，加快产业园的建设进度，加快供应链本地化开发的节奏等，以助力马来西亚智造基地取得更好的发展。</p>
附件清单（如有）	不适用
日期	2022 年 04 月 23 日