证券代码：688092　　证券简称：爱科科技

杭州爱科科技股份有限公司 2022 年 5 月投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	☑ 特定对象调研　　☐分析师会议 ☐媒体采访　　☐业绩说明会 ☐新闻发布会　　☐路演活动 ☐现场参观 ☑ 其他（线上交流）
参与单位名称及人员姓名	交银施罗德 基金经理 杨金金等 3 人
时间	2022 年 5 月 20 日
地点	线上交流
上市公司接待人员姓名	总经理 方云科先生 副总经理、董事会秘书 王鹏先生
投资者关系活动主要内容介绍	**1．2021 年公司境外的收入增长比较快，主要原因是什么？** 答: 2021 年境外收入增长较快的主要原因： （1） 公司具有的核心技术优势。产品主要性能指标已经与国外先进产品性能指标基本等同，部分指标甚至实现了超越。境外智能切割设备市场起步早，客户消费意识比较成熟，已经有成熟的销售渠道存在。公司通过与掌握丰富客户资源的世界各地经销商的合作，快速地进入当地市场，产生销售收入； （2） 公司的品牌效应。经过多年的市场耕耘，公司境外经销商网络不断拓展和健全，公司产品在全球范围内形成了一定的品牌效应，产品远销 100 多个国家和地区。 （3） 行业的开拓与产品性能的提升助力境外收入的增长。公司近年来面向国际市场推出的应用于数字印刷、纺

	织行业的 TK4、PK、GLS 等机型，受到国际市场的认可和欢迎。由于公司的产品系列丰富、功能强大，为客户提供了更多的选择，增强了经销商经营公司产品的信心，加快了境外市场收入的增长速度。 （4） 公司生产建设基地的投入使用，释放了产能，满足了销售增长的需求。 **2．公司下游行业市场空间未来是怎样的？未来哪个行业增长快？** 答: 公司的下游行业主要包括印后切割、纺织、复合材料等三大行业。印后切割行业主要接续在数字印刷的后端，数字印刷因其灵活、可变、便捷等优势正从商业印刷领域扩展到工业应用、生活消费等场合。传统的印刷方式起订数量要求较高,不易满足个性化、小批量的生产方式，而这种个性化、小批量生产方式在境外市场较成熟,客户通常会将打印机、切割设备等配备齐全，会根据需求决定使用什么类型的机器，决定采用的生产模式。公司在印后切割行业储备了丰富的产品系列如：BK、TK 等系列，近年增长较快的 PK 以及随着新研发的 VK 和后续数字刀模等细分市场产品的面市，随着数字印刷市场的推广普及，市场增速会很可观。其次纺织行业也随着生活水平的提高逐渐由大批量生产向中小批量生产的转变，如汽车后市场定制化需求增加、家具家纺“全屋定制”等新生产方式的出现以及服装定制、样衣生产等，“小批量、多批次”生产需求不断增加。另外公司经过多年的市场开拓，公司的业务也从小批量多品种为主的单层智能切割设备转变为兼有大批量生产的用于纺织等行业的多层智能切割设备的双轮驱动业务模式，2021 年公司多层智能切割设备销量大幅增加。公司在纺织行业切割产品系列齐全，且形成了系列成熟的解决方案和客户布局，因此纺织行业的增长空间也很大。最后复合材料行业应用面很广，全球

	市场需求不断增长，未来公司将发挥在复合材料行业大客户布局的资源优势，向中小客户资源加快渗透，在复合材料行业的业绩有望进一步提速。总体来看三个行业都有着很大的增长空间，对公司来说增长最快的应该是印后切割行业。 **3．公司的境内销售模式为什么开始逐渐向经销模式方向转变？** 答：过去公司的销售模式主要分为直销和经销两种模式。公司境外的业务，以经销模式为主；在境内，业务以直销模式为主。境内采取直销模式的主要原因是因为公司下游行业较多，覆盖复合材料、广告文印、汽车内饰、家居家纺、纺织服装、办公自动化等行业，客户较为分散；另外由于境内市场处于发展初期，客户大多数还采用手工加工，效率低、质量差，客户对使用智能切割设备替代人工作业还处于认知阶段，且不同行业的客户个性化、定制化需求各有不同，公司在境内采用直销模式可以快速了解市场需求、给出具有竞争力的解决方案并培养客户使用智能切割设备的意识，为智能切割设备在行业的快速普及打下基础。经过多年的市场耕耘，境内市场逐渐成熟，公司在上述行业已形成一定规模的客户群体，行业解决方案也日趋成熟， 客户体会到了智能切割设备给他们带来的好处。在公司境外的经销模式日趋成熟并取得了较好成效的基础上，为提高市场占有率，扩大营销规模，降低销售费用，公司决定境内的业务模式也逐渐由直销模式向经销模式方向转变，发展网格化经销商，推进经销商服务能力提升，在业务人员规模有限的情况下，快速提高市场占有率。 **4．2021 年公司主营业务毛利率较上年减少较多，毛利率下滑的主要原因是什么？** 答：毛利率下滑的主要原因系智能切割设备单位成本的上升和单位售价的下降这两方面因素所致。单位成本的上升

	是因为本期国内大宗商品、工业原材料价格大幅上涨，公司原材料采购价格上升所导致的；单位售价的下降是由于本期外汇汇率降低及产品销售结构变化所造成的。 **5．公司控制销售费用准备采取哪些举措？** 答：2021 年销售费用增加比较多，主要是销售人员的增加以及市场开拓等方面的费用增加所致。为控制销售费用，今后将加强内控管理，建立起科学的预算体系，优化考核机制，各销售事业部逐渐实行利润考核制，将销售费用列入业务人员考核指标，将销售费用的发生情况与员工绩效挂钩；通过组织结构和人员结构调整，减少销售网络和人员的冗余；推进服务整合，提高服务人员专业服务水准以及加速境内业务经销模式转变。
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 5 月 20 日