

证券代码：301022

证券简称：海泰科

债券代码：123200

债券简称：海泰转债

**青岛海泰科模塑科技股份有限公司**  
**投资者关系活动记录表**

编号：2024-069

<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 type="checkbox"/> 其他：
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	东北证券薛进、刘天宇 浙商资管李育 东方基金李金龙
<b>时间</b>	2024年5月21日 15:00-17:00
<b>地点</b>	腾讯会议
<b>上市公司接待人员姓名</b>	财务总监兼董事会秘书：梁庭波先生 证券事务代表：魏秋香女士
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	见下文
<b>附件清单（如有）</b>	无
<b>日期</b>	2024年5月21日

**投资者关系活动主要内容介绍：**

本次调研活动首先由青岛海泰科模塑科技股份有限公司（以下简称“公司”）董事会秘书、证券事务代表通过腾讯会议线上的方式向参与调研人员主要介绍了公司基本情况、所处行业发展现状及未来发展趋势、公司近期生产经营情况，以及公司未来产能规划与业绩，并进行相关沟通交流。

## 一、公司基本情况介绍

### 1、公司基本情况

公司创立于 2003 年，注册资本 8320 万元，公司长期致力于汽车注塑模具及塑料零部件的研发、设计、制造、销售及项目管理服务。公司不断提升自动化和智能化水平，追求持续创新和环境友好，聚焦顾客关注点，提供全流程解决方案，为客户创造价值。经过 20 多年的不懈努力，公司发展成为行业内颇具影响力的企业。公司现有 5 家全资子公司：①海泰科模具成立于 2004 年，主要产品为汽车内外饰注塑模具，系公司主要生产经营基地；②海泰科（泰国）成立于 2019 年，主要产品为塑料零部件及模具维修，系公司在东南亚的生产基地；③海泰科新材料成立于 2022 年，主要从事高分子新材料的研发、制造和销售；④海泰科（安徽）成立于 2024 年，系海泰科新材料全资子公司，服务安徽、辐射长三角经济一体化；⑤海泰科（欧洲）于 2023 年在法国斯特拉斯堡设立，于 2024 年完成注册登记，旨在实现市场开拓、项目对接及售后服务无缝隙，为全球客户提供系统化解解决方案与全面的优质服务系海泰科布局欧洲市场，为公司完成国际化布局的重要举措。

### 2、公司主要产品和客户

公司客户主要为国内外知名整车厂和汽车零部件供应商，公司产品主要为汽车内外饰注塑模具，内饰模具包括汽车仪表板模具、门板模具、副仪表板模具、立柱模具等，外饰模具包括保险杠模具、格栅模具、扰流板模具、落水槽模具等。公司注塑模具主要用于汽车仪表板、副仪表板、门板、风道、手套箱、A 柱、B 柱、头枕、保险杠、格栅、行李架、落水槽、挡泥板、扰流板等汽车内外饰件的量产。

公司专注于汽车注塑模具的研发、生产和销售 20 多年，主要客户包括延锋（Yanfeng）、佛吉亚（Faurecia）、埃驰（IAC）、劳士领（Röchling）、萨玛（SMG）、彼欧（Plastic Omnium）、格拉默（GRAMMER AG）、安通林（Grupo Antolin）、麦格纳（Magna）、安道拓（Adient）等国际知名汽车内外饰件企业。公司产品已广泛应用于通用、大众、奥迪、奔驰、宝马、保时捷、雷诺、福特、克莱斯勒、捷豹路虎、沃尔沃等国际知名品牌；上汽通用、一汽大众、一汽奥迪等合资品牌；长城、长安、吉利、奇瑞等国内主流自主品牌，以及理想、小鹏、蔚来、Rivian、比亚迪、吉利、问界、小米、奇瑞等新能源汽车品牌。

### 3、公司技术研发

公司以产品和技术创新为核心，以市场需求为导向，形成了以自主研发为主、合作研发

为辅的研发模式,建立了较为完善的研发管理体系、研发投入核算体系和研发人员培养体系。2020-2023年,公司研发投入逐年增长。截至2024年3月末,公司已累计获得13项发明专利和64项实用新型专利,公司自主研发物理微发泡模具技术、化学微发泡模具技术、低压注塑模具技术、CoreBack注塑技术、Corein注塑技术、高光模具技术、多色模具技术、IMD模具技术、INS模具技术、气辅模具技术、碳纤维板复合模具技术、模内装配模具技术、内/外分型保险杠注塑模具技术、麻纤维及其表皮复合模具技术、汽车模具智能化设计技术、薄壁注塑技术等多项核心技术处于国内领先水平,具有较强的行业竞争力,目前均已应用于模具制造,注塑产品已批量生产。

#### 4、公司荣誉

公司连续多年获评上汽通用的最佳或优秀模具供应商、一汽大众的“A级模具供应商”或“众创楷模”奖、IAC的“年度优秀供应商”或“最佳质量奖”,2016年起成为Faurecia的“全球战略供应商”。近年来,公司获评中国模具工业协会颁发的“中国大型精密注塑模具重点骨干企业”、“优秀模具供应商”、“中国模具出口重点企业”、国家高新技术企业、山东省认定企业技术中心、省级“环境特新中小企业”、山东省制造业单项冠军企业等诸多荣誉奖项。

## 二、互动交流问答

1、(1)去年三四季度净利润转负,请问是什么原因是什么?(2)请介绍一下公司一季度的业绩情况,对营收进行拆解,各板块毛利率情况如何?(3)一季度综合毛利情况?(4)近年来海外业务占比提升是何原因,国内外业务毛利率差别如何,将来的业务占比是否会进一步变化?(5)今年各板块毛利率展望情况如何?(6)上游有色金属(铝等)涨价对公司的影响,公司如何应对?

答:(1)2023年三、四季度公司净利润下降具体原因如下:①2023年6月,公司发行可转换公司债券,在第三、四季度共计提利息费用1,533.85万元,由此导致财务费用大幅增加;②由于“高合汽车项目”影响,基于谨慎性原则,公司在第四季度对涉及该客户的应收账款全额计提信用减值损失415.67万元以及存货全额计提跌价984.65万元,二者合计1,400.32万元,由此导致损失大幅增加;③为了更好的激励员工、实现公司员工与企业的共同成长,公司2023年9月实施了股权激励计划,在第三、四季度确认股权激励费用264.61万元,由此导致费用有所增加。

(2)①2024年第一季度,公司实现营业收入14,021.83万元,较上年同期增长34.51%;实现净利润23.84万元,较上年同期下降97.31%,扣非净利润-227.03万元,较去年同期下降129.23%。主要原因为2024年一季度,公司计提上述可转债利息734万元,增加股权激励费用129万元。受人民币升值影响计提汇兑损失等,导致营业收入增加而净利润下降。

②2024年一季度,公司注塑模具收入11,290.29万元,较上年同期增长32.70%,占总营业收入的81.05%;注塑模具毛利率22.92%,较上年同期提高1.04pct;塑料零部件收入2,581.31万元,较上年同期增长41.52%,占总营业收入的18.53%;塑料零部件毛利率24.32%,较上年同期提高1.10pct。

(3)2024年一季度综合毛利率为22.84%,2023年一季度综合毛利率为22.58%,同比提高0.26pct,略有上升。

(4)①近两年,公司外销占比均在60%以上。一方面泰国海泰科业务比较稳定,另一方面近两年外销产品中保险杠等大型模具的产品占比有所提高,使得外销收入占比提升较快。

②公司产品为汽车内外饰注塑模具,属于高度定制化产品,不管是外销产品还是内销产品,毛利率均会根据模具的大小、精密性高低、复杂程度,及客户工期安排等因素出现一定的波动,但不会出现实质性差别。

③公司高度重视国内与国际市场的布局和业务开拓,并已在泰国、法国分别设立全资子公司,未来公司将继续加大对国内外市场开拓力度,适时在汽车主要产业集中区域有序设立分支机构,实现市场开拓、项目对接及售后服务无缝隙,为全球客户提供系统化解解决方案与全面的优质服务。

(5)2024年预计公司注塑模具与塑料零部件的毛利率将保持基本平稳。

(6)公司生产所需的主要原材料为模板、模架、热流道等,市场整体供应充分,能够满足公司生产经营需求。而模板、模架的主要原料为钢料。目前看,虽然市场上的原料有起伏波动,但公司钢料的价格较为稳定,公司与供应商作为长期合作伙伴,对一级市场原料的小幅度波动,通常会互相支持保持价格稳定。

公司汽车注塑模具产品属于高度定制化产品,定价时会综合考虑原材料成本等多种因素,在成本的基础上确定相应的利润水平进行报价。同时,客户基于对模具质量的控制一般会指

定主要原材料的供应商或者规格、型号；因此，客户对于原材料价格波动导致的模具价格变化也较为容易接受。公司通过“成本+利润”的定价机制，有效将成本波动传导至销售价格，因此原材料价格波动对毛利率的波动影响相对较小，未对汽车注塑模具毛利率产生不利影响。

## 2、当前来看四月份经营情况如何？在手订单情况如何？

答：截至 2024 年 3 月末，公司汽车内外饰注塑模具在手订单为 83,586 万元，较上期增长 9.29%，其中新能源汽车注塑模具在手订单为 29,060 万元，较上期增长 2.65%；传统燃油车注塑模具在手订单为 54,526 万元，较上期增长 13.19%。

## 3、公司各类产品发货到验收周期业务多久？确认收入的时间节点和百分比？

答：（1）收入确认周期：内单销售于客户最终验收合格后或未验收但超过约定的异议期限后确认收入，收入确认周期约为 5-10 个月，平均 6 个月左右。外单销售于模具完成出口报关时确认收入，收入确认周期约 1~2 个月。

（2）收款方式：由于模具产品为定制化产品，根据客户项目及下游整车厂的付款进度不同，不同客户以及同一客户的不同项目的验收程序、款项结算等约定均存在一定差异。公司会对客户的信用进行评价，包括资金风险、项目可持续性、利润率等进行评价。典型阶段为“签订单-预验收-终验收-质保期”，不同阶段付款比例一般存在一定差异。主要有如下几种回款节点：

- 1) 签订单 30%-首次试模合格 30%-预验收 30%-验收合格 10%；
- 2) 签订单 30%-PPAP（生产件批准程序）后 40%-SOP（标准作业程序）后 30%；
- 3) 签订单 40%-预验收合格后 40%-终验收合格后 20%
- 4) 首次试模 50%-模具交付后 40%-模具交付后 6 个月 10%。

4、注塑模具业务方面，2023 年各主要分类模具占比情况，毛利率水平差距如何？下游传统燃油车、新能源车供货是否对不同整车类别有供货品类侧重，燃油车和新能源的产品毛利率情况是否有差别？今年模具业务整体的增长展望情况？

答：（1）2023 年，公司注塑模具收入 48,816.26 万元，其中：内饰模具收入为 31,377.16，占注塑模具业务收入 64.28%，外饰模具收入 17,174.51 万元，占注塑模具业务收入 35.18%。

整体看，外饰毛利率比内饰毛利率略高。

(2) 不管是新能源汽车，还是传统燃油汽车，均需要内外饰件，均需要内外饰注塑模具，公司对是否为新能源车模具无特殊侧重。

不管是新能源汽车还是传统燃油汽车注塑模具，均属于高度定制化产品，其毛利率会根据模具的大小、精密性高低、复杂程度，及客户工期安排等因素出现一定的波动。

(3) 从今年一季度新接订单情况看，今年模具业务将会保持稳健增长。

**5、塑料件业务方面，相关客户与模具业务的交叉情况，两者是否有明显的协同？今年塑料件业务的增长展望情况？**

答：(1) 公司现有塑料零部件业务仅限于泰国海泰科，且以泰国延锋的项目为主。

(2) 今年泰国海泰科的业务主要依据客户的排产计划，从客户项目预测，营收预计同比增长 10%左右。

**6、模具、塑料件接入新客户的验证周期如何？竞争壁垒如何？**

答：(1) 接入新客户的验证周期

1) 对于注塑模具供应商来说，进入汽车厂的供应商名单是一个复杂且耗时的过程。这个周期的长短取决于多个因素，如公司的规模、技术实力、产品质量、行业声誉以及汽车厂的具体要求等。如下：

①首先，汽车厂通常会对潜在供应商进行严格的评估，包括对其生产能力、质量管理体系、技术水平、交货能力、售后服务等方面的考察。这个过程可能需要数周到数月的时间。

②其次，且通过初步评估，供应商还需要与汽车厂进行多轮的技术交流和商务谈判，以确保双方对模具的设计、制造、交付和售后服务等方面有明确的共识。这个过程也可能需要一定的时间。

③最后，即使双方达成合作意向并签订合同，供应商还需要按照合同要求完成模具的制造和交付。这个周期的长短取决于模具的复杂程度、生产能力和交货时间等因素。海泰科主要承接大型精密注塑模具，其制造、交付周期和验收周期较长，一般需要 1~2 年甚至更长时间。

2) 对于汽车塑料件供应商来说,

汽车注塑件供应商进入汽车厂供应商名单的周期同样是一个相对较长且复杂的过程。具体周期的长短会受到多个因素的影响, 主要如下:

①初步评估: 汽车厂会对潜在的注塑件供应商进行初步评估, 包括对其生产能力、质量管理体系、技术实力、财务状况、行业声誉等方面的考察。这个过程可能需要数周到数月的时间, 具体取决于汽车厂的要求和流程。

②技术交流与商务谈判: 如果供应商通过了初步评估, 接下来需要与汽车厂进行技术交流和商务谈判。这包括了解汽车厂的具体需求、技术规格、质量要求、交货期等, 并讨论合作细节, 如价格、付款方式、售后服务等。这个过程可能需要多轮的沟通和协商, 持续时间也会根据具体情况而定。

③样品测试与认证: 在正式合作之前, 汽车厂通常会要求供应商提供样品进行测试和认证。供应商需要按照汽车厂的要求准备样品, 并经过严格的测试和评估, 以确保产品符合汽车厂的质量标准和要求。这个过程可能需要数周甚至数月的时间, 具体取决于样品的复杂程度和测试流程。

④合同签订与履行: 一旦样品通过测试和认证, 双方将签订正式的合作合同。供应商需要按照合同要求完成产品的制造和交付, 并确保产品质量、交货期等方面符合合同规定。合同履行的周期取决于具体的订单量和交货期要求, 可能从数周到数月不等。

(2) 模具行业呈现出比较明显的“大行业、小企业”格局特征, 行业内企业规模普遍较小, 模具产品以中低端为主, 在大型、高精密注塑模具细分行业, 有实力的竞争者也越来越少。造成这一局面的主要原因就是在大型、高精密注塑模具细分行业存在着行业壁垒:

1) 技术与人才壁垒

注塑模具属技术密集型产品和定制化产品, 对企业的设计研发水平、生产加工精密度、专业技术人才储备有很高要求。持续的技术创新和产品迭代是注塑模具企业保持竞争力的关键。随着人们对安全、舒适、节能环保等方面的要求越来越高, 以汽车主机厂商为代表的下游客户对零部件供应商和模具产品的性能、质量要求也更为严苛, 而新产品的开发周期逐渐缩短。模具制造企业必须准确把握下游产业的发展趋势, 持续跟踪和吸收行业前沿技术, 通过不断的技术积累, 以丰富的技术储备和完整的制造工艺体系, 更好满足客户需求。新公司

由于缺乏长期技术积累，很难在短时间内具备行业发展要求的设计和制造技术水平。

## 2) 品牌与客户壁垒

下游汽车厂商对模具的技术和产品质量有自己的标准体系，一旦选定供应商，倾向于长期合作，呈现出较高的客户粘性。更换替代供应商往往意味着变更自己的技术质量标准体系，特别是在新车型开发周期缩短的情况下，引进新的供应商，很可能因为未能按时交付，或者设计风格、工艺要求不符需求，影响到新车型的开发上市进度。考虑到模具产品性能的稳定性和可靠性，汽车厂商在选择模具供应商时一般会选择规模较大、技术实力较强的有一定品牌影响力的企业。经过一段时间的磨合，整车厂和模具企业形成一种紧密合作关系，在后续同类新增和改造项目中，整车厂会优先考虑有稳定合作关系的供应商。新进入者由于缺乏市场和品牌积累，短时间内很难进入汽车厂商的供应链。

## 3) 管理壁垒

模具制造大多是针对特定用户的个性化生产，属典型的离散制造，产品种类多，生产周期长，活化劳动比重大，平衡生产和企业管理的难度大。不同客户对模具的技术、产品规格、工艺精度和交付期限要求往往差异很大，生产商必须具备较高生产组织和管理水平，以适应“精、专、特”的发展要求。模具企业需要在较短的时间内高效组织研发、设计、生产和检验等部门力量，并在原材料采购、销售订单管理、作业流程管理和装配试模等环节采取精细化管理，通过更高的综合管理效率，提升企业竞争力。新进入模具行业的企业，短期内难以组建起高效的管理团队和稳定的管理机制，较难获得客户的认可。

## 4) 资金壁垒

注塑模具行业具有固定投资较大、制造交付周期较长的特性，属于资金密集型行业。在建厂初期，企业需要购买专用生产加工设备，因为对精密加工设备的可靠性和稳定性要求高，目前主要从国外进口，价格昂贵，通常单台设备售价高达数百万，需要较多资金投入。由于订单获取、设计、生产、发货到最终销售回款需要经历较长时间，所以对企业的生产营运资金需求较大。随着行业竞争的加剧，企业在技术、设备和人才等方面的投入也越来越大。因此要求进入本行业的企业具有较强资金实力。

综上，模具行业内有能力从研发、设计、生产到销售，提供一整套配套服务的模具企业为数不多，更多企业只能面向特定需求生成一种或几种模具，发展空间有限。资金充足、

设备先进、技术和研发能力强的企业订单需求逐年增加，业务规模逐年增大，客户数量随之增加；而那些无法实现大额资金周转，产能无法满足客户特定需求，并且技术研发能力弱，无法通过提高技术实现成本下降的企业规模将无法保持持续增长。因而在市场化程度较高的模具行业，只有那些资金投入较大，具有较强研发能力，通过技术创新降低成本，加强与下游客户配套能力的企业才能在激烈的市场竞争中不断成长。

**7、公司各板块业务的产能情况如何，利用率情况如何？产品自主生产和外协加工的比例情况？**

答：（1）公司未来产能规划情况如下：

1）内外饰注塑模具：截至目前，公司首发募投“大型精密注塑模具项目”已经陆续开始投产，2024年及以后年度模具产量将稳步增长，达产后产能预计在每年1000套左右。

2）“年产15万吨高分子新材料项目”计划总投资50,315.59万元，该项目建设期2年，预计2025年开始试生产，达到设计产能的60%，2026年达到设计产能的80%，预计2027年完全达产。

（2）产品自主生产和外协加工的比例情况：

2023年，公司注塑模具外协加工的成本占比为22%，从同行业对比看，外协加工占比20%以上是一个稳定的模式。公司外协采购主要有以下两种情况：

1）对于部分非常用工序，公司不具备生产条件的特殊处理工艺，从成本原则考虑，公司采取委外加工方式完成，如：皮纹、雕刻等工序采购。

2）注塑模具为非标准化定制产品，产品因客户的需求而存在较大差异，导致产品设计结构、加工工序及复杂程度、加工时间各不相同，单件产品生产所需耗用的时间、占用的设备及人员也存在较大的差异。

公司核心生产环节为设计、关键零部件的精加工、装配和调试等；公司委托外协加工商加工的主要系非关键零部件的单工序或者多工序加工，技术含量相对较低、附加值较小，不属于公司的核心生产环节。随着公司生产规模扩大，承接订单量增加，即使新产能投放，一些非关键零部件的单工序或者多工序外协加工仍然会持续，预计可减少的外协加工对利润影响较小。

**8、公司与华为、小米等相关业务的合作情况如何？（具体到车型及相应产品品类占比情况）**

答：（1）公司为问界、小米汽车提供部分内外饰注塑模具，具体车型包括问界 5、问界 7、问界 9，及小米某款车型。鉴于商业保密原则，公司与问界、小米提供的产品和合作的进一步信息不便透露，敬请理解。

（2）2023 年，公司用于问界车型的注塑模具确认收入 326 万，占主营业务收入比例 0.6%。用于小米汽车的相关注塑模具暂未确认收入，预计占主营业务收入比例较小。

**9、近期海运费上涨对公司的影响？**

答：近期由于国际地缘政治的影响，海运费有所波动，但由于海运运费占公司营业成本比例较少，对公司毛利率影响较小。

**10、公司经营性现金流净额近两年转负，主要原因？**

答：公司 2022 年经营性现金流净流出为 964.84 万元，2023 年经营性现金流净流出为 4,287.64 万元。近两年经营性现金流净流出的原因如下：

一方面公司现金流入减少，主要由于近两年公司外销占比在 60-75%，且主要为欧盟区域，外销在报关时确认销售收入，这个时点公司收到的货款较少。另外，自欧元区加息周期以来，特别伴随着俄乌战争，导致欧元区整个经济下滑严重，欧洲部分一级供应商（客户）货款支付周期拉长，使得公司货款回笼越来越慢。同时，由于欧元区高利率，公司考虑资金成本，也减少了反向保理融资业务。因此，应收账款回款减少，使得销售商品、提供劳务收到的现金较少。

另一方面公司经营现金流出增加，主要由于近两年公司生产规模扩大，订单增加，向供应商支付的货款较多，同时生产规模扩大对人才的需求更大，人员储备数量增加，为职工支付的现金也相应增加，导致购买商品、接受劳务支付的现金较多，经营性现金流净流出金额较大。

公司预计 2024 年经营现金净流量将有所改善，主要为公司加强应收账款管理，加大对客户回款催收力度，特别是加大对逾期货款的回收力度。

**11、“高合汽车项目”影响，应收账款全额计提信用减值损失 415.67 万元以及存货全额计提跌价 984.65 万元，二者合计 1,400.32 万元，当前来看是否能够收回？**

答：据悉美国当地时间 2024 年 5 月 16 日，iAutoGroupInc.（简称：“iAuto”）与华人运通正式签署全面战略合作协议，iAuto 将注资十亿美金。内容包含：股权重组、并购相关的合作，技术和研发、工程的合作，品牌和海内外市场营销的整合。在 iAuto 的资金支持下，高合汽车已经开始重新组建团队并在不久将来恢复生产和销售。据了解，高合内部已成立供应商端事务工作小组，公司与高合汽车方面一直保持密切联系与沟通，我们认为将来能够收回计提的相关损失。

**12、根据股权激励，以 2022 年营业收入为基数，2024 年营业收入增长率不低于 20%，今年营收计划是否目标 6 亿，净利润是否有目标？**

答：根据公司 2024 年度预算方案，预计 2024 年度公司营业收入同比增长 20%左右。

**13、转债每年对财务费用的影响情况如何，公司对转债后续转股意图如何？**

答：公司发行可转债后，公司平均每年需计提财务费用利息支出 3,800 万元左右，由于计提金额较大，会减少公司净利润金额，对公司经营情况有一定影响。

公司可转债已于 2024 年 1 月 3 日进入转股期，公司将根据二级市场情况、公司股价走势及预期、转股情况等因素，积极促进债券在转股期内完成转股。