

证券代码：301196

证券简称：唯科科技

厦门唯科模塑科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-004

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 type="checkbox"/> 其他（ <u>电话会议</u> ）
参与单位名称及人员姓名	东方证券：杨震
时间	2024年10月17日上午
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、副总经理：罗建文 证券事务代表：魏贞
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、介绍公司基本情况</p> <p>唯科科技专业从事于精密注塑模具的研发、设计、制造和销售业务，并拓展至注塑件以及健康产品的生产和销售业务，已发展成为“模塑一体化”规模生产企业，致力为汽车、医疗、电子、工业用品等制造企业提供优质的产品与服务。公司通过多年的生产实践，已经掌握了精密注塑模具设计和制造以及注塑成型的核心关键技术，积累了丰富的生产实践经验，同时公司直接或间接为全球 500 强企业客户提供产品解决方案和最终产品。</p> <p>自成立以来，公司始终以精密注塑模具为核心业务，在做大做强核心业务的同时，积极拓展产业链条，将业务延伸至下游的注塑件、组件和健康小家电等总成产品领域。为加强与国际先进水平接轨，实施制造和服务本地化策略，2018 年公司在德国建设海外生产基地，开启全球化经营布局；自 2019 年起公司开始在马来西亚、墨西哥、美国、新加坡、越南等地建设生产基地及营销服务网点，全球化经营布局进一步扩张。通过多年创新发展，公司已进入“多样化产品组合、多元化应用领域、全球化市场布局”的全面发展阶段并成长为规模较大的模塑一体化高新技术企业。</p>

唯科专注以技术创新驱动企业成长，唯科集团目前拥有专利超 500 项（其中已授权发明专利 27 项），先后被评为“中国精密注塑模具重点骨干企业”、“高新技术企业”、“国家企业技术中心”、“国家级专精特新‘小巨人’企业”等荣誉，现已成为国内领先、国际知名的精密注塑模具企业之一。

二、提问交流环节

问题 1：美国大选，若特朗普当选，可能会大幅提高关税，公司对此有什么应对措施？

回复：公司已提前布局墨西哥、马来西亚、越南等海外生产基地，可以支持美国等当地客户的交付；另公司与海外客户主要是以 FOB 贸易模式进行交易，FOB 模式下的海运费和关税主要由客户承担，故关税的上涨对公司目前的影响较小。但关税的上涨可能会对未来订单、新项目等产生影响，故公司仍将时刻关注国际形势变化，根据客户需求设计多样的跨境服务方案，稳步推进公司海外业务发展。

问题 2：公司外销比例是多少？主要是销往美国？欧洲？还是其他地区？

回复：公司外销比例约为 40%，但实际应该是 60%以上。因为有部分销售实质外销，但统计是内销。如国外客户在境内设立子公司，公司先销售给客户在境内设立的子公司，再由该客户境内子公司销售至境外。

汽车领域主要是欧洲，但终端客户可能部分会是美国，因为汽车板块公司主要属于二级供应商。健康家电客户主要以晨北为代表的跨境电商，其销售渠道以亚马逊为主，所以产品终端客户受众群体还是以美国为主。

问题 3：墨西哥等海外生产基地产能大概有多少？

回复：公司海外产能目前相对比较小。无论是越南还是墨西哥，综合成本还是比国内还要高一些。虽然人力成本低，但是供应链不全，很多东西都需要从国内运出去，综合成本较高，所以公司目前仍以国内为主，国外占比大概 10%左右。海外生产基地主要以产能备份为目的。

问题 4：公司的毛利率相较于竞争对手要高的原因？

回复：主要原因：（1）技术领先：技术领先不仅体现在产品精度上，还体现在产品生产交付周期、贴近市场服务等方面；（2）多品种、小批量：公司主要做的是定制化、小批量精密结构件产品，这类产品毛利率相对较高；（3）客户优质：公司销售以外销为主，很多是

如全球 500 强企业之类的大型知名企业，这类企业在价格和回款上都会有个合理的空间，他们希望供应商能一起共同成长；（4）成本控制：公司建立了一个内控报表管理体系，以日报表、周报表、月报表的形式对资金、营收、成本、利润、生产各环节的控制要点数据进行跟进并实时管控，通过横向和纵向的比较有效促进了各公司生产和经营效率，为公司的可持续发展保驾护航。

问题 5：汽车领域很多公司都在往低空经济方向发展，公司未来会有相关业务吗？

回复：低空经济作为国家战略性新兴产业，发展空间较广阔，对产品的轻量化、硬度要求较高。公司早已涉略航空领域，如波音、空客等是公司的终端客户。公司现有技术能满足低空经济产品的轻量化、硬度高、耐刮擦等要求。未来，公司会积极把握发展机遇，持续强化核心竞争力。

问题 6：在定期报告中，为什么要把健康家电这个领域单独披露？

回复：因为健康家电领域是公司的终端产品，可以直接面向消费者，相对比较独立。而其他领域的产品一般是零部件，需要销售给客户进行继续加工，所以其他领域的产品合并按模具和注塑划分，而健康家电单独披露。

问题 7：目前来看明年要实现 20%的增长，明年哪个领域是重点？

回复：2025 年，公司会继续将寿命周期较长的汽车领域作为战略发展的重点，努力从二级供应商向一级供应商拓展。当然，如果只通过内生发展会相对比较慢，所以公司也会通过并购来拓展。例如，前段时间并购的厦门宇科，其本身是新能源主机厂一级供应商。

问题 8：国内新能源汽车行业发展较饱和，但是海外渗透率较低，发展空间也大，寻找汽车行业并购标的时主要瞄准国内还是海外？

回复：公司围绕增强核心竞争力的方向，积极探索和寻求符合公司发展战略的投资标的，至于投资标的公司的地域没有明确限制。

问题 9：从公司的毛利率、资产质量、增长潜力等方面来看，公司的基本面没什么问题，但股价却较低。请问您认为公司市值被低估的原因是什么？

回复：主要原因应该是市场关注度不够，市值偏小，不属重点关注范围，对机构投资者吸引力较小。未来，公司会高度重视以企业价值为核心的市值管理，依法合规运用市值管理工具，同时积极借鉴学

	习优秀上市企业的市值管理提升方法，通过并购、分红、股权激励、回购等措施努力提升公司市场表现，增进市场认同度。
附件清单 (如有)	无
日期	2024年10月19日