

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：2024-006

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <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	华福证券：师浩云、廖剑、林丽、梁志成
时间	2024年11月15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：公司前三季度业绩亮眼，主要增长来源于汽车和小家电板块，请问这种行业变化是从什么时候开始？增长的主要原因是什么？

回复：公司前三季度销售增长主要来源三个板块：新能源、小家电、户外家居。

新能源板块是公司在 2022 年初上市后开始投入资源切入的赛道，2023 年销售额由 2022 年的不足 3000 万元迅速放量到 1.6 亿元，今年前三季度销售额达 2.4 亿元。

小家电板块是去年下半年开始进入旺季，今年上半年延续了这一势头，这方面可能和美国大选征收关税的担忧有关，客户估计有提前进行了一定量的囤货准备。2022 年、2023 年和今年前三季度销售额分别为 2.1 亿元、3.8 亿元和 4.3 亿元。

户外家居板块这两年也增长较快，2022 年、2023 年和今年前三季度销售额分别为 1.6 亿元、2.8 亿元和 2.4 亿元。

问题 2：上市前汽车板块模具收入占比较高，上市后却降低了，这是什么原因造成的？

回复：上市前公司汽车板块模具主要是“商品模”，即公司直接出售模具给汽车一级供应商，一级供应商自己生产注塑件，所以当时模具收入占比较高。

上市后公司主要以“生产模”为主，即客户的模具及其注塑件都由公司生产，公司延伸了产业链，同时扩大了生产规模。

问题 3：公司受行业影响是否明显？

回复：公司业务特点是小批量多品种及多元化的业务领域范围，这种业务组合优点是毛利率较高，且抗行业周期涨跌。由于业务涉及汽车、家电、家居、电子、医疗等多个行业，多行业业务往往会有替代作用，如某行业处于下行周期时，另一行业又能复苏上来补充，所以公司受行业周期影响不太明显。

问题 4：模具行业是否有比较明显的周期性？

回复：模具作为工业之母，批量化的产品基本都要应用到模具，

	<p>对于单一行业的模具而言，受行业周期的影响较大；我们公司涉及多行业领域，所以这种行业周期影响会较小，近几年我们模具销售额也较为稳定。</p> <p>问题 5：公司与客户的粘性如何？是不是只要能跟住客户研发新产品的脚步，一般是不会被轻易的挤掉？</p> <p>回复：在汽车、医疗等生命周期较长的领域，由于体系认证周期较长、同产品系列技术诀窍配合性较高，客户重新选择替代供应商成本较高；在时尚小家电领域，公司在品质、全产业链生产周期和性价比上都具备较强优势；整体而言，公司与客户的粘性较高，这点从我们近几年销售额增长趋势也可以验证。</p> <p>问题 6：公司内外销占比及海外销售各地区份额占比如何？是否担心后续美国加关税等问题？</p> <p>回复：今年前三季度公司外销占比接近 42%，主要销售地区为北美、欧洲和亚洲，外销份额占比分别为 29%、30% 和 39%。</p> <p>公司已提前布局德国、墨西哥、马来西亚、越南等海外生产基地，可以支持贴近客户交付；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的订单、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。</p> <p>问题 7：公司海外建厂是否都是为了应对美国加关税等问题？</p> <p>回复：海外建厂除了应对关税，主要还有以下其他目的：（1）作为公司对外宣传和生产服务窗口，能够进一步提升公司影响力，开拓国际市场；（2）有利于公司直接对接引进国际先进技术，提高公司高端化产品产能；（3）保障产品供应，可以全球化贴近市场配套供应。</p> <p>问题 8：未来三年怎么保持收入高增长？哪个领域是拓展的重点？如何拓展？</p> <p>回复：未来公司会继续将生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迈进；为加快这一进度，公司在内生拓展的同时，将积极寻找合适的并购标的。</p> <p>问题 9：会考虑进行海外并购吗？</p> <p>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。海</p>
--	---

	外企业有品牌、渠道、关税、运输成本等优势，但海外并购相对难度大，如文化背景、语言沟通等障碍；且海外传统制造业企业存在人工成本、周边配套供应链不足、盈利能力较低等不利因素。
附件清单 (如有)	无
日期	2024年11月16日