证券代码：301193　　证券简称：家联科技

宁波家联科技股份有限公司

2026 年 11 月 18 日-11 月 19 日投资者关系活动记录表

编号：2026-011

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
参与单位名称及人员姓名	国金证券 赵铭、李阳；敦颐资产 薛浩洲；鹏华基金 蔡春根；华泰证券 周衍峰；甬鑫证券 应豪、蔡涵倩；天风证券 孙海洋；华夏基金　李柄桦、黄文倩、赵小燕、李彦、郑楷樾；阿基米德基金 姬永锋；杭州中舍资产 麻晓平；Autocore 钟冬梅；国元证券 唐小强；泽添基金 励波、周宏良、沈海杰；台州交投 林晨；日出公司 邵智；西南证券 曾琳华；得胜鼓基金 邓建军；张书达
时间	2026 年 11 月 18 日-11 月 19 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书　汪博 证券部　　解竣皓
投资者关系活动主要内容介绍	**一、家联科技董事会秘书汪博带领调研人员参观公司展厅，介绍公司的产品及未来的战略规划。** **二、公司与调研人员就以下问题进行了探讨** **问题一：公司产品品类较多，涵盖塑料餐饮具、生物降解制**

	品、植物纤维制品及 3D 打印耗材等，不同产品线之间在设备使用上是否具备通用性？ 答：公司现有的注塑、吸塑等设备，既可以使用传统塑料原材料进行产品生产，亦可以使用生物降解材料进行产品生产。公司已拥有成熟的生物降解材料改性及制品生产技术，仅需更换原材料即可依托原有设备组织生产，无需追加大额资本投入。 3D 打印耗材方面，前端材料改性环节的材料配方研发与改性工序，同样可利用公司现有的设备进行研发与生产；后端由于 3D 打印耗材产线与公司其他产品的产线属于不同的生产工艺流程，新增产能主要通过规划建设专用产线实现。 **问题二：全球贸易环境变化对下游客户的供应链决策产生了什么影响？公司是如何应对的？** 答：全球贸易政策调整增加了供应链的不确定性，下游头部客户在采购决策中越来越重视供应商的全球化产能布局与本地化供应能力，单一生产基地的供应模式面临更高的关税与交付风险。公司依托已有的中国、泰国、越南、美国全球化生产网络，重点在泰国扩建产能，辐射北美核心市场，规避国际贸易关税风险，保障海外订单稳定交付，同时同步优化国内产能布局。公司持续完善海内外生产基地布局，以此抵御全球贸易波动带来的供应链风险。 **问题三：公司如何看待当前 3D 打印行业的发展现状？** 答：消费级 3D 打印行业正处于快速扩容阶段，逐步由创客群体的小众工具，向大众消费场景持续渗透。设备层面，入门机型价格下行、操作门槛不断降低，叠加 AI 建模大幅降低内容创作难度，家庭用户及中小商户的渗透率稳步提升，行业受众持续拓宽。政策层面，支持导向从早期侧重技术研发攻关，逐步拓展至产业规范培育与消费场景推广，覆盖全产业链的发展环境正在形成。 应用场景方面，教育、文创、家居日用等领域的 3D 打印应用频次与成熟度显著提升。2025 年 11 月，教育部等七部门印发《关

	于加强中小学科技教育的意见》，提出到2030年基本建成中小学科技教育体系，依托项目式、探究式、跨学科教学培育学生实践能力；同期工信部等六部门促消费方案明确提出推动3D打印设备进课堂，政策导向从引导普及接触转向常态化课堂落地。公司3D打印耗材可适配教育场景需求，伴随该领域渗透率持续提升，将直接带动耗材业务需求增长。 **问题四：能否具体说明生物降解材料改性环节为什么难以被绕过或替代？** 答：不同种类的生物全降解材料制品对后端使用性能的要求不尽相同，PLA等生物降解材料必须经过改性以后才能加工生产出符合客户要求的产品。在塑料餐饮具、包材等传统业务中，不同应用场景对材料的耐热性、抗冲击性、耐油性、密封性及降解性能要求差异明显，通用材料往往无法同时满足成型工艺与终端使用要求，需要针对具体产品进行定制化改性。材料改性和发泡等相关方向的研究需要大量的人力、设备、资金及时间投入，且短时间内无法形成有效产能，这对新入厂商形成了较高的壁垒。 改性并非简单的配方调配，而是与后端制品性能要求、生产工艺参数及批次稳定性深度绑定的系统性能力，这也是其难以被简单替代的原因。公司在该环节实现自主可控，既消除了外协加工的质量盲区，使配方可按批次动态调优，也为持续降本保留了空间。 **问题五：公司整体的产能投放节奏和品类拓展方向如何？** 答：公司整体产能布局和品类拓展方向是基于行业需求趋势、客户验证进展和自身能力边界来统筹安排的，不会因短期贸易条件或汇率波动而改变中长期投入方向。在全球禁塑政策持续落地、下游客户对供应链稳定性和本地化交付要求提升的背景下，公司继续推进国内与泰国等海外基地的产能建设，完善塑料餐饮具、生物降解制品、植物纤维制品及3D打印线材等多品类产品矩阵，同时持续投入材料改性技术研发，巩固从材料端到制品端的全链条能力。具体推进节奏上，公司会结合终端需求的实际放量情况、客户订单

	的持续性和各基地产能爬坡进度动态安排，保持审慎，不盲目铺产能。 **问题六：公司与客户之间较强的粘性主要体现在哪些方面？** 答：公司通过“本土化研发+区域化生产+全球化营销”的全域销售模式，坚持以提供高质量的产品和服务水平为品牌内核，持续开发新产品，定制化地为客户提供产品需求，为客户提供全品类、一站式的解决方案，具有较高的客户粘性。随着市场需求不断提升，客户对供应链质量和稳定性的要求越来越高，在选择供应商时具有严格的考核标准，不会轻易更换已通过完善、严格筛选后的优质供应商。 **问题七：原材料价格波动时，公司如何与客户协商调价？** 答：公司已建立产品价格管理制度，会根据成本波动及时与客户协商调价；同时，公司强化成本管理，降低原材料价格波动对生产经营的影响，提升公司整体抗风险能力与财务稳健性。产品定价以成本加成法为基础，综合考量原材料价格波动、汇率变动、订单规模、客户质量要求及市场竞争态势进行动态调整。对于核心客户，框架协议中通常会约定原材料价格波动时的调价触发条件和协商机制，使成本变化能够在合理周期内有序向下游传导。调价机制的实际效果取决于客户结构和品类差异，不同产品的传导节奏存在一定区别，但整体上为公司维持合理利润水平提供了制度保障。
日期	2026 年 11 月 18 日-11 月 19 日
未公开重大信息泄密的处理过程及责任追究情况（如有）	本次调研活动期间，公司不存在透露任何未公开重大信息的情形。