

证券代码：002925

证券简称：盈趣科技

厦门盈趣科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2018-016

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 checked="" type="checkbox"/> 其他 东吴证券组织的电话会议
参与单位名称及人员姓名	<p>现场会议：鹏华基金梁浩、聂毅翔、王海青、陈璇淼、孟昊、张航、倪也、黄奕松，国泰君安王露，华元恒道投资张俊宇，融开资本刘清堤，嘉实基金姚志鹏，华夏资本顾鑫峰，融通基金周科帆，信璞资产杨冠淳，国盛证券王廷杰、陈恺、殷勤、张俊、陈阵、王小锐，骅逸资本廖景详，个人投资者李连云；</p> <p>电话会议：东吴证券史凡可、傅嘉成，东吴基金曹松涛，城天九投资刘焕然，富恩德资产刘辉，富舜投资陈洪，观富资管窦渊鑫，国金资管罗丽莎，国寿养老高媛媛，合众资产葛红军，泓璞资产杜鲜，华信宇鹏投资郝可贵，九泰基金李诗琦，诺德基金李讯明，盛盈资本常明，太平资产周焯，兴业自营熊彬正，易方达基金刘健维，征金资本蔡硕，中泰证券郭一恒，中信证券何信，个人投资者王晓军。</p> <p>参加本次现场会议和电话会议的人员共计 45 人。</p>
时间	2018 年 12 月 06 日
地点	厦门市湖里区嘉禾路 588 号盈趣科技大厦
上市公司接待人员姓名	董事会秘书杨明、财务总监李金苗、证券事务代表高慧玲、董事会办公室汪燕娥、孙镇雄。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司参观：</p> <p>现场调研人员参观公司智能制造工厂、智能家居等产品展示厅等。</p> <p>二、座谈交流</p> <p>1、请介绍一下公司的整体经营状况和未来发展规划？</p> <p>回复：公司以 UDM 模式为基础，具有三个显著的特点：第一个特点，产品高度定制化，这需要较高的研发投入、丰富的研发人才和</p>

研发技术的储备和积累；第二个特点，单一产品主要提供给单一客户，这是我们长期以来坚持的经营原则及策略；第三个特点，研发产品的同时研发智能制造体系。公司的愿景是成为中国“工业互联网”和“民用物联网”的领导者，成为中国走向世界的窗口。公司现在主要服务两类客户，一类是国际知名企业客户，另一类是创新型企业 and 科技型企业。产品的种类也主要是分为两大类，一类是智能控制部件产品，主要包括网络遥控器、咖啡机人机界面模组和水冷散热控制系统等产品；另外一类是创新消费电子产品，主要包括电子烟精密塑胶部件和家用雕刻机等产品。

关于公司未来的发展，在《2018 年第三季度报告全文》中“对 2018 年度经营业绩的预计”已做了初步说明。在智能控制部件领域，我们深挖老客户的需求，逐步拓展游戏手柄及视频会议设备等其他产品线的合作，预计部分新产品于今年底或明年初实现量产；在创新消费电子领域，为了给客户提供配套服务，我们在漳州设立分公司，为客户现有产品提供相关耗材的生产制造；在今年复杂的国际形势下，我们在马来西亚购置的新厂房目前已有部分生产线成功实现量产，现有受中美贸易摩擦影响的产品或项目也在陆续实现量产，未来还计划承接现有客户的新产品或新客户的新项目；为进一步推进国际化布局进程，公司近期收购了瑞士的 SDW 和 SDH 两家公司，以期更好地贴近客户需求，深入布局欧洲等海外市场，发挥主营业务全球研发及全球营销等方面的协同效应；此外，我们也在加大汽车电子业务、国内 UDM 智能制造业务及自有品牌产品的研发及市场推广力度，公司各项业务的共同发展与重点突破，将促进公司未来更好、更持续的发展。

2、公司的核心竞争力有哪些？

回复：公司以自主创新的 UDM 模式（也称为 ODM 智能制造模式）为基础，为客户提供高度定制化的产品，并在研发产品的同时研发智能制造的体系。多年以来，公司所形成的特有的 UDM 业务模式优势、技术研发优势、智能制造优势、质量控制优势、客户优势及管理优势是我们在行业领域中不断做大、做强的核心竞争力，是我们长

期为客户提供质量好、可靠性高和一致性好的优质产品的有效保障。

3、电子烟产品 FDA 认证达到什么阶段了？电子烟产品正处于更新换代周期，新、老产品的生产和销售情况如何？新一代电子烟产品的毛利率是否会有变化？

回复：公司为电子烟客户提供精密塑胶部件，只是整个产品产业环节的一部分，关于电子烟产品 FDA 认证进展等情况以及产品的市场销售情况请以电子烟客户开披露的相关信息为准。

由于新一代产品的上线，电子烟老产品的订单量有所降低，但因客户提交 FDA 审核的机型为 IQOS2.4 产品，所以若客户电子烟产品通过 FDA 审核，则老产品的订单量将会有所提升。新一代电子烟精密塑胶部件产品自 2018 年 10 月份以来进入产能爬坡阶段，目前我们也在集中各项人力、物力等资源，大力推进项目尽快达产，以满足客户的订单需求，但是因为新一代产品与老产品在外观设计、工艺要求等方面存在较大变化，所以产能爬坡还需要一定的时间。

目前新一代电子烟精密塑胶部件产品尚处于产能爬坡阶段，产品损耗比较大，产品的良率、供应链的配合程度及产品的生产效率也有待进一步提升，所以前期毛利率可能没那么高，稳定量产后，产品毛利率将维持在较为稳定的水平。

4、之前电子烟的爬坡花了多长时间？公司预计新一代电子烟产品的精密塑胶部件什么时候能达到稳定量产阶段？

回复：IQOS2.4 精密塑胶部件产品在 2014 年就已经实现量产，当时处于开拓市场的阶段，产品需求量没有那么大，对于爬坡速度要求就没那么高，爬坡时间比较充裕。

爬坡一般都是分步进行，并设定相应的阶段性目标，基于老一代产品研发生产、自动化机器设备的研制等相关经验的基础上，新一代电子烟精密塑胶部件产品的产能爬坡周期相对会比老一代产品快一些，预计在今年年底或明年年初就可以达到阶段性的目标。

未来产量也要看市场的需求变化，前期产能爬坡是一个积累经验的过程，由于电子生产制造核心工序的大部分自动化机器设备及工装

治具都是公司自主研发制造的，产品稳定量产后，我们的产能和产量实际上相互匹配的。即若客户订单需求增加，我们产能扩充的速度是比较快的，不会因为产能瓶颈拖累产量。

5、公司今年整体毛利率下降的原因是什么，除了电子烟以外其他产品的毛利率是在什么水平？

回复：因为公司的产品大部分由一个产品系列组成，某款产品的毛利率会有所波动，但是其对应的产品系列由于产品新型号的推出及升级换代等因素的综合影响，单个产品系列的价格和毛利率总体来说还是比较稳定的。当然客户也会有定期或不定期的降价需求，但是我们通过采取提升生产产品的自动化水平，提高生产效率，提高产品的良率和直通率，加强整个供应链的管理水平等各种措施来不断地优化成本、降低费用等，以维持毛利率处于比较稳定的状态。公司综合毛利率变化主要是由于不同毛利率的产品销售占比发生变化而形成的，各产品系列的毛利率基本上比较稳定。

6、海外基地布局情况如何，近期中美贸易摩擦有所缓和，公司是否会放缓马来西亚生产基地建设步伐？

回复：国际化布局是我们从 2016 年就制定并坚定实施的长期发展战略，并不会因为中美贸易形势的变化而影响我们实施国际化战略布局的规划；近期公司加快海外生产基地的建设是我们积极应对中美贸易摩擦采取的应对措施，目前已有部分受中美贸易战影响的产品在马来西亚生产基地实现量产。此外，我们已于 2017 年在匈牙利设立控股子公司，目前正在加快其投资建设进度，以期尽快投产。因为公司产品以境外销售为主，主营业务收入主要来源于境外，鉴于此，实施国际化战略布局是降低国际经济形势变化的影响和经营风险的有效措施。国际化战略布局又分为两个方向，一是技术研发、市场开拓等全球网络的建设，二是智能制造体系国际化布局。我们的客户很多是国际知名企业，他们对国际经济形势的变化及影响等方面的认识比我们深刻，客户全球产业链布局的需求也助推了我们加快国际化战略布局的步伐。总体来说，国际化战略布局是公司近几年的重要战略发

展举措，且目前已初具雏形，未来将助力公司更好地获取新客户、新业务和新产品等，为公司未来的发展带来更多的机会。

7、新收购的瑞士公司下游客户主要有哪些，收购后与盈趣能否产生协同作用？

回复：SDW 主要服务瑞士当地的客户，专注于为客户提供电子产品的研发设计及物联网产品的解决方案等业务，经过十多年的积累，在电子产品领域拥有一定的技术研发实力、良好的客户基础及区域口碑，未来主要朝着物联网的领域发展。鉴于盈趣科技的产品消费市场主要为美国、瑞士等北美、欧洲国家及地区，且客户多为北美及欧洲等地区的国际知名企业及科技型企业，本次收购 SDW 后，有利于贴近国际客户，更好地了解市场需求及新技术趋势，快速响应客户的需求，建设国际化市场及研发体系，深入布局欧洲等国际市场，提升公司的国际化形象。

SDH 为 SDA 和 Depair 的控股公司。SDA 和 Depair 一家是做软件的，一家是做硬件的。SDA 主要专注于智能建筑楼宇管理领域，为客户提供基础设施及建筑楼宇管理相关的自动化解决方案。Depair 主要专注于新风系统领域，主要业务为生产和销售新风系统设备及其配件，并为客户提供新风系统设计及解决方案。SDA 及 Depair 多年来经营业绩稳定增长，本次收购后，有利于进一步延伸公司从智能家居、智能楼宇、智能建筑，到智慧社区、智慧工厂等产品线，丰富公司的客户资源，获取更多的业务机会，提升公司的国际知名度。

综上，本次收购后，公司将充分利用标的公司在技术、人才、市场和客户等方面的优势，整合本次收购标的公司现有的技术和客户等资源，进一步发挥主营业务全球研发及全球营销等方面的协同效应，强化上市公司的主营业务优势，在智能制造领域深入布局欧洲市场，将公司进一步打造为国际知名的智能制造企业。

8、公司汽车电子领域和吉利汽车合作的进展情况如何？

回复：汽车电子领域目前主要布局汽车电子领域创新创意性强的产品，目前产品主要围绕汽车的显示器、车载娱乐设备、后视镜、防

眩镜，OBD（主要运用于汽车行进过程中的数据采集等）等车联网领域。对于具体产品的合作，比如我们和吉利汽车合作研发和生产的电子防眩镜产品已经实现量产，预计明年汽车防眩镜和 OBD 产品在产能产量上会有较大提升。

9、公司与京东的合作近况如何？

回复：厦门攸创信息技术有限公司是公司、与京东、三角形科技共同投资设立的控股子公司，主要围绕物联网智能制造领域积极打造众创智造平台，积极为物联网领域具有创新创意产品或项目提供研发设计、柔性化智能制造、金融科技、产品运营等多方位的支持和帮助。比如我们今年参股的上海拓牛智能科技有限公司，他们研发和销售的智能垃圾桶就是一款为生活带来便利的创新型产品，这类具有创新创意的产品都是我们比较重点关注的方向。

10、公司在未来两年内主要面临的风险点是什么？

回复：企业在发展过程中面临的风险是不断变化的，目前来看，因为公司的主要业务模式为 UDM 业务模式，所以公司经营情况受下游市场波动的影响；同时我们还将面临市场可持续性风险、客户相对集中的风险，产品主要出口的风险等，相关风险我们在《招股说明书》、2017 年年度报告及 2018 年半年度报告中均有详细披露。但是从长远来看，我们正不断开发新客户、新产品，加大自有品牌产品的研发和市场推广力度，希望尽量把公司产品结构调整到一个比较健康、均衡的状态，不断地优化产品、优化客户及产业结构，这是我们从战略角度上的考虑，避免由于下游个别客户终端市场的变化引起公司整体经营的波动，以确保公司持续健康的发展。另外，目前中美贸易摩擦局势尚不明朗，所以我们通过不断加大马来西亚盈趣及匈牙利盈趣等境外子公司的投资建设力度，扩大其产能，在有效缓解国际经济贸易政策变化风险的同时，也为公司更好地贴近客户需求，参与客户全球产业链布局及促进公司长期可持续发展等打下基础。今年以来中美贸易摩擦对我们来说机遇大于风险，随着马来西亚盈趣投资规模的加大和制造能力的提升，以及马来西亚智能制造基地战略地位的提升，为我

们带来了更多的业务机会，目前我们主要采取“三步走”策略，在马来西亚智能制造基地分步完成以下产品或项目的量产工作：（1）公司现有受中美贸易摩擦影响的产品或项目；（2）公司现有客户的新产品或新项目；（3）若还有剩余的生产能力，则将承接新客户相关产品或项目。

总而言之，风险是时时刻刻存在的，我们在管理中也是非常重视风险的分析，并积极采取有效措施予以应对。

11、国内和公司模式相似的企业有没有可能成为我们的竞争对手？

回复：因为公司的 UDM 业务模式（产品高度定制化）以及客户分布在不同的行业领域，即由于业务和客户的特征，所以找到完全相同的对标公司比较困难，招股说明书中披露的几家公司在单个领域与公司的产品或行业相似，但不是与公司业态完全相同的对标公司。在智能控制部件领域，国内对标公司主要有拓邦、和而泰等；在电子烟部件产品方面的，国内相似的公司主要有麦克韦尔、艾维普思。

对于竞争我们一直持积极的态度，因为优秀的竞争对手给我们带来一定的压力和鞭策作用，使得公司能够不断发现自身不足从而不断改进和进步。相较于关注竞争对手情况，我们更为关注的是为客户创造高价值和提供一流的产品。因为公司的客户都是国际知名企业和科技型企业，所以我们一直都在向我们的客户学习，不断提高公司的技术研发能力、智能制造水平和经营管理水平等，从而推动公司长期可持续发展。

12、如何看待公司产业链上游的延伸能力？

回复：公司的上游行业主要为 IC 制造厂商、PCB 等电子元器件制造厂商、塑胶零件制造厂商、五金、包材和辅料制造厂商等。公司一直主张轻资产运营模式，近几年来，公司主营业务成本构成中 80% 以上为直接材料成本。

近年来为了给客户提供注塑等环节的配套服务，我们在产业链上游进行了延伸，比如 2015 年在漳州设立漳州盈塑工业有限公司，主

要从事高端注塑喷涂业务，2018年在苏州设立苏州盈塑智能制造有限公司，主要从事智能化精密模具的研发、设计与制造，高精密注塑、汽车零部件及配件制造等业务，这些子公司的设立及业务定位主要是从公司战略层面予以考虑的。组织的扩充紧随的是战略的规划布局，若不是战略方面的考虑，我们不会简单地往上游行业延伸，从公司UDM业务模式角度，我们更希望往下游市场延伸和布局。

13、公司会不会遇到产能的问题？

回复：盈趣拥有一支学习力相对较强的团队，公司一个很大的特点就是在研发产品的同时研发相应的智能制造体系。我们拥有自己的自动化和信息化部门，大部分的自动化机器设备及工装治具都是自主研发组装的，复制起来是非常快的。通常来说，公司产品在实现稳定量产后，通过自主研发的 UMS 联合管理系统和工业测试机器人即可以根据客户订单情况随时调整生产，使得产能和产量匹配增长，一直以来公司产能利用率都保持在较高水平。

14、电子烟在公司产品的收入占比中是否有变化？

回复：今年以来，因为电子烟精密塑胶部件订单有一定幅度的下降，而家用雕刻机产品及水冷散热控制系统等产品呈现较为快速的增长态势，所以电子烟精密塑胶部件产品的营收占比有所下降。

15、公司在工业自动化的投入情况如何？

回复：目前公司及子公司共有研发人员 700 名左右，其中自动化和信息化的研发团队主要布局在子公司厦门攸信信息技术有限公司，约有研发人员 200 名，今年由于母公司电子烟新产品研发生产的需要，厦门攸信研发资源主要向母公司及其他兄弟公司倾斜，明年根据现有订单情况及业务拓展计划，计划增加研发人员 100 余名。

16、为什么明年研发人员增加这么多？主要在哪些项目需要增加研发人员？

回复：人员的调整是紧随公司未来发展方向的，关于公司未来的发展我们在前面和《2018年第三季度报告全文》都有相关说明，具体而言：首先，公司家用雕刻机产品及水冷散热控制系统等产品呈现较

为快速的增长态势，原有产品需持续进行更新迭代；其次，公司目前已与客户开展游戏手柄及视频会议设备等其他产品线的合作等；再次，公司也在不断拓展新客户、新业务和新项目等；此外行业基础性技术研发需求和自有品牌产品研发需求等方面都需要公司提前储备、培养和引进相应的研发人员，以实现公司下一年的生产经营计划和目标。

17、UMS 系统对外销售价格和规模如何？

回复：公司 UMS 联合管理系统定制化程度较高，不同的项目由于客户需求不同、模块开发数量不同等原因使得销售价格有所不同，从几十万到几百万不等。因为我们在自有品牌产品研发及市场推广方面缺少相关经验，所以目前该产品销售规模不大，占公司主营业务收入比例也较小。今年，我们请 IBM 的老师对公司自有品牌业务相关人员开展 IPD 方面的培训，旨在进一步提高自有品牌研发及市场推广能力。

18、公司订单的可见度如何？我们的交付周期多久？

回复：因为国际知名企业的营销计划和采购计划高度匹配，通常会提前几个月将预测订单提供给我们，以便我们做好人员、场地、设备、原材料等相关安排，正式订单一般会提前 20 天至 1 个月下达。

19、公司智能家居产品主要是 2B 还是 2C？

回复：智能家居产品为公司 OBM 业务，公司秉承“让生活充盈着乐趣”的宗旨，在智能家居领域持续、稳步投入。目前主要通过线上+线下、国内+国外、单品+系列、2B+2C 等多种渠道和方式积极开拓智能家居市场。

20、公司提供的电子烟精密塑胶部件占客户总体采购比例大概多少？

回复：在国际供应链体系中，企业拥有严格的供应商考核体系，通常在产品成功量产后，选择二家以上供应商是其在供应链管理中防范风险的有效措施。电子烟精密塑胶部件在下游客户产品占比是一个动态变化的过程，具体的数据请电子烟客户公布的数据为准。我们比

较关心的问题是能否持续为客户提供一流的产品和创造高价值，所以我们希望与客户的其他供应商之间形成良好的竞合关系，共同把客户服务好，不断提升客户产品的质量，快速响应客户的需求，帮助客户获取更大的市场份额。

21、明年一月份部分限售股解禁的对象主要是那些？占公司总股本的比例大概是多少？

回复：2019年1月，公司将对部分首发前的限售股办理解禁，本次解除限售的主体为公司于2016年年初引进的战略投资者（包括兴富致远和温氏投资等5家投资机构）、除董监高外的自然人股东以及公司两个员工持股平台。因为惠椿投资和山坡松投资两个员工持股平台主要股东仍为总经理林松华先生，林总直接和间接持有的股份已在上市时承诺锁定三年，所以本次最终解除限售的股份数量占总股本的比例约为12%。

22、公司有万级和千级的洁净室，其作用是什么？

回复：洁净室是组装工序用的，比如食品类产品、视频会议设备等光学产品对生产环境的洁净度要求均较高。我们在海沧产业园已规划布局多个更高级别的洁净室，这些都是为未来进一步拓展新产品、新业务以及为客户提供更优质的产品配备的基础设施用房。

23、目前公司的工资水平如何？

回复：公司建立了与员工共同成长、共享经营成果的薪酬制度，公司近几年人均薪酬均高于当地平均工资水平。公司自设立以来，每年都会为员工实施稳定的调薪政策，员工的薪资与当地同行业相比总体上也有一定的竞争力。

24、盈趣作为一个智能制造公司，我们经营模式的壁垒在哪里？

回复：多年以来，公司所形成的特有的UDM业务模式优势、技术研发优势、智能制造优势、质量控制优势、客户优势及管理优势是我们在行业领域中不断做强做大的核心竞争力，其他企业要掌握这些竞争力需要长时间的人才积累、技术积累、经验积累等。

25、之前公司都是口碑营销，加之盈趣对客户的高要求，相对来

讲开拓新客户的效率比较慢，未来公司可拓展客户的方向是怎样的？

回复：在智能控制部件领域，我们深挖老客户的需求，逐步拓展游戏手柄及视频会议设备等其他产品线的合作，预计部分新产品于今年年底或明年初实现量产。在创新消费电子领域，为了给客户配套服务，我们在漳州设立分公司，为客户现有产品提供相关耗材的生产制造。在今年复杂的国际形势下，我们也在加快推进国际化进程，加大马来西亚盈趣等境外子公司的投资力度，获取更多的业务机会；我们也在加大汽车电子业务、国内 UDM 智能制造业务及自有品牌产品的研发及市场推广力度。此外，我们于近期收购的瑞士公司 SDW，其拥有较为丰富的客户储备，现有客户大部分为国际知名企业，收购该公司后，我们将进一步丰富公司的客户资源，深入布局欧洲市场，建设全球化的营销和研发网络。总体来说，上述各项业务的共同发展与重点突破，将促进公司未来更好、更持续的发展。

26、请介绍一下家用雕刻机产品客户情况？

回复：家用雕刻机是一款创新创意程度较高的产品，能满足客户定制化的个性需求，是一款非常不错的产品，我们为客户研发生产家用雕刻机整机产品。目前客户仅拓展了美国、英国及澳大利亚等少数几个国家和地区的市场，客户也在持续开发新的市场，还是有挺大的市场空间可以开拓和挖掘的，未来的增长规划还是很值得期待的。另外，耗材在客户的市场发展战略中也具有较为重要的战略地位，我们现在也有在介入客户的耗材市场。公司一直秉承以客户为导向，为客户提供一流的产品和创造高价值的经营原则，我们也愿意在耗材领域投入更多的资源来支持客户，为客户提供配套服务。

27、公司现在的产品越来越多，核心是什么？公司如何定义自己，边界在哪里？

回复：公司产品的核心使命是“盈趣，让生活充盈着乐趣”，公司的研发和生产也围绕这一核心使命展开。现阶段产品主要分成两大类：一类是智能控制部件，这类产品里应用了很多核心技术，比如控制、无线连接技术等；另一类是创新消费电子产品，在这一领域多是

	<p>创新型、探索型的客户及产品。公司未来仍将沿着“工业互联网”和“民用物联网”的“两网领域”持续做实、做大、做强。</p> <p>28、近年来公司汽车电子表现比较一般，今年的增长情况和明年的预期如何？</p> <p>回复：近年来，因为客车领域市场景气度下滑及公司市场拓展不达预期等因素的影响，公司汽车电子业务收入同比出现下滑。在汽车电子业务领域，公司之前主要专注于客车领域，现在也开始逐步拓展至小汽车领域，汽车电子领域具有资质准入门槛，是一个很不错的领域，我们看好该领域的发展。目前，公司与客户合作研发和生产电子防眩镜、OBD等产品都是很不错的产品，目前已实现量产，预计上述产品明年将会呈现较快的增长。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2018年12月06日