

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：2018-017

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
参与单位名称及人员姓名	泓璞资产刘振卿，国金证券孙蔚，中泰证券徐偲，富国基金于洋、许炎，国海证券尹洵，拙朴资产张建峰、曹德强，中信证券何信，广发基金马文文，广发证券彭雾，观富资产张昊，盈创投资陈志强，宏流投资李纬东，共 14 人。
时间	2018 年 12 月 20 日下午 14: 00
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、公司新一代电子烟产品的生产和出货状况如何？</p> <p>回复：新一代电子烟精密塑胶部件产品自 2018 年 10 月份就开始产能爬坡，目前处于以产定销的状态。产能爬坡一般是分步进行，并设定相应的阶段性目标。产能爬坡是一场攻坚战，在整个产品爬坡过程中，需要通过提升供应链整体能力、改进自动化设备及工装治具，提高作业员的生产技能和熟练度等方式，不断提高产量和产品的良率。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，产品良率的爬坡需要一定的时间，我们也在集中各项人力、物力等资源，不断减少不良品，提升产品良率。在具体出货情况方面，因为涉及下游的很多上市公司，而且也属于公司的商业机密，所以不</p>

方便回复具体数据。

2、匈牙利工厂在 2019 年是否会有产品量产？

回复：公司于 2017 年在匈牙利设立控股子公司，我们将匈牙利盈趣定位为欧洲的智能制造基地，目前我们也在加快其投资建设进度。

近期我们在欧洲也收购了瑞士的 SDW 和 SDH 两家公司，它们所处的地理位置不错，很多世界 500 强公司的总部、研发创新中心都设置在瑞士；匈牙利子公司和瑞士两家公司的布局，有利于公司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。

3、公司对马来西亚、匈牙利产能是否有预期判断？

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，公司及各子公司每年都会制定“春季”规划和“秋季”规划，上半年讨论制定未来三至五年的战略规划，下半年讨论制定次年的年度发展规划。基于相关产能预测数据属于公司的商业秘密，且根据监管部门信息披露的有关规定，我们无法回复大家。今年以来，由于国际经济形势的变化，我们正在加大马来西亚盈趣的投资建设规模，进一步扩充其产能，目前部分受中美贸易摩擦影响的产品或项目已在马来西亚子公司实现量产。未来马来西亚盈趣主要生产的产品为：（1）公司现有受中美贸易战影响的产品或项目；（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。

4、新一代电子烟产品明年初是否会有增加产线的计划？

回复：目前新一代电子烟产品尚处于产能爬坡过程，我们仍在通过提升供应链整体能力、改进自动化设备及工装治具，提高作业员的生产技能和熟练度等方式，不断提高产量和产品的良率，这是一场攻坚战，也是一个经验积累的过程。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，我们的产能和产量实际上相互匹配的。至于未来的产线及产量

增减也要看客户的需求变化，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、最近市场有很多关于国内烟草公司推行电子烟的解读，从公司角度怎么看待这个问题？未来是否有可能和国内烟草公司有合作？

回复：公司业务模式最大的特点是产品高度定制化，单一产品主要向单一客户提供。尽管客户对供应商不存在排他性问题，但是根据公司多年来确定的战略方针和经营原则，公司暂时没有和其他烟草公司直接合作的计划。但是，如果我们的电子烟客户与其他烟草公司达成电子烟产品的合作关系，且需要我们提供相应的合作支持，我们一定会积极配合。

6、电子烟订单的预测订单一般会提前多久？有没有砍单情况？

回复：国际知名企业及科技型企业拥有较为成熟的采购体系，通常会提前几个月下达预测订单，以便我们做好人员、场地、设备、原材料等相关安排的，但是预测订单不一定很精准。正式订单通常会提前 20 天至 1 个月下达。

UDM 智能制造业务模式通常不存在“砍单”的说法，因为预测订单本身具有不确定性，一般会根据市场需求动态调整正式订单。在产品爬坡阶段，客户的采购订单主要与供应商的产能和产量情况相关。但是稳定量产后，客户通常会在考虑各项综合因素后制定较为科学的采购计划和安排，相关采购计划会随着自身产品市场需求、供应链生产能力匹配情况、各供应商的产品质量及交付情况等因素进行相应调整。

7、公司怎样看电子烟产品后续市场走势，电子烟客户对此有无预期？

回复：客户的电子烟产品有着与传统卷烟相近的味道和吸食体验，但其不经过燃烧，焦油、一氧化碳、亚硝酸等有毒物质大幅降低，且不易产生二手烟污染。因此，能更好地满足消费者对健康、环保的需求，且具有电子消费品的新颖、时尚的体验，使其对传统香烟有较

好的替代作用，是一款很不错的产品。2018 年电子烟客户订单出现周期性下降，对于电子烟产品未来的市场预期，请以电子烟客户公开披露的相关信息为准。

8、电子烟新、老产品的毛利率情况如何？

回复：客户对老产品是会有定期或不定期的降价的需求，具体降价情况是双方谈判的结果，我们也会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，以维持毛利率处于比较稳定的状态。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，因为新产品损耗比较大，产品的良率、供应链的配合程度及产品的生产效率也仍有待进一步提升，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。对于整个电子烟产品系列来讲，其价格和毛利率总体来说还是比较稳定的。

9、美国 FDA 关于电子烟的认证进展如何？

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。

10、最近网传的美国对中国电子烟发起 337 调查的新闻，请问被调查的公司里有没有盈趣？这次调查对盈趣什么影响？

回复：目前公司电子烟产品的客户为 PMI，品牌为 IQOS。一方面客户的电子烟产品尚未在美国市场销售，另一方面公司并未将电子烟精密塑胶部件产品直接出口至美国。综上分析：近日美国 ITC 发起的 337 调查对公司暂无影响，我们也未收到客户的相关信息。

11、关于明年部分限售股的解禁，员工持股占比多少，能不能大概介绍下情况？

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%，且主要为员工持股。一直以来，公司管理团队还是非常稳定的，公司管理团队和核心骨干都比较年轻，都是伴随着公司的发展共同成长起来的，高度认同公司的企业文化、愿景、使命及核心价值观，愿意跟随公司长期发展，所以我们认为本次解锁总体上不会对公司管理团队的稳定性造成太大的影响，而且我们也已通过实施股权激励、员工无息购房借款等多种方式不断完善和健全人才激励长效机制，特别是关键人才梯队的建设。

12、公司在研产品还有哪些？

回复：目前和客户合作在研的产品主要有视频会议设备、游戏手柄、家用雕刻机耗材、食品领域客户的整机产品等智能控制部件和创新消费电子等产品，以及汽车电子相关产品等。公司在行业基础性技术和自有品牌产品等方面也有相应的研发布局，公司也在不断拓展新客户、新业务和新项目。

13、公司大客户的合作进展情况如何？

回复：2018 年公司电子烟精密塑胶部件有一定幅度的下降，除电子烟精密塑胶部件外，其他产品总体保持稳定增长的态势，家用雕刻机产品及水冷散热控制设备增长幅度较大。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。家用雕刻机的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。

14、食品领域客户的整机产品什么时候能有批量的生产？

回复：因为食品领域具有严格而复杂的认证体系，整个研发、生产、制造体系都需要符合行业的标准，比如 GMP 体系认证、FCM 相关产品的资质认定等，具有很高的准入门槛。另外，产品的验证周期也比较长，需要多轮的验证。公司现在已经取得 GMP 等多项认证，新的产业园的规划也严格依照相关标准进行设计和建设。目前，各项合作进展顺利，但是该产品各类体系的认证及产品的研发还需要一定时间方可完成。

15、控股股东高比例质押的原因？

回复：在《招股说明书》中，我们有披露控股股东控制了 6 家制造类企业，主要从事平板电脑、手机、彩色电视机等产品的生产与销售，控股股东承诺将在公司首次公开发行股票并上市后的合理时间内，通过注销、转让等方式逐步处置制造类企业，保证控股股东及其关联方不再具有该业务的生产能力。控股股东近期股权质押主要用于处理前述关联方企业，履行上市时相关承诺。截至 2018 年第三季度报告已经完成 3 家公司的注销登记手续，剩余 3 家制造类企业根据承诺情况正常履行。

16、公司是如何找到这么多优质的客户，公司的新客户拓展情况？

回复：关于新客户和新产品，市场上有各种传言，我们希望大家以我们公开披露的信息为准。产品是最好的广告，公司在国际智能制造领域拥有良好的口碑，原先很多的业务及客户就是来源于口碑的营销。2018 年公司成功上市成为公众公司后，公司的知名度比以前提高了，加之在当前复杂的国际形势下公司提前进行的国际化布局的先发优势，使得今年接触的客户数量比往年多一些。一方面，因为公司合作的客户大多为国际知名企业及科技型企业，进入这些客户的供应链需要通过各项严格的审核和认证，同时，我们与客户合作模式是 UDM 业务模式，即从客户产品的前端研发开始合作，整个研发过程及新产品的导入也需要一定的时间；另一方面，因为新客户的收入规模尚未达到披露标准，加之这涉及到客户的商业秘密，所以，我们未公开披

露。对于已经公开过的一些信息，比如我们与客户在整机项目的合作、在游戏手柄及视频会议设备等其他新产品线的合作，都在稳步推进中。

17、如何评价竞争对手？

回复：对于竞争我们一直持积极的态度，我们希望与客户的其他供应商之间形成良好的竞合关系，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。

18、公司未来的发展的战略规划？

回复：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。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。未来公司将围绕“工业物联网”和“民用互联网”两个领域持续做实、做大、做强。在工业互联网领域主要专注于UDM智能制造业务模式和智能制造整体解决方案，我们会不断把它做大、做强。在民用物联网领域，主要是发展智能家居和车联网等，未来的电子产品制造基本上都会朝着电子化、智能化控制方向发展，而电子化产品就会有物联网的需求，有物联网的产品就会有控制的需求，这是一种发展趋势。

19、请介绍下公司智能家居的产品定位及业务销售模式？

回复：智能家居为公司OBM业务，属于物联网领域，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。公司在智能控制部件的技术和产品质量上积攒了多年的经验，因此在智能家居方面我们是有一定基础的，但是在品牌价值和产品的推广营销方面还有待提升，针对自有品牌业务我们已成立了子公司，聘请行业

	专业人才，进行独立的管理与运营，目前主要通过线上+线下、国内+国外、单品+系统、2B+2C 等多种渠道和方式积极开拓智能家居市场。
附件清单(如有)	无
日期	2018 年 12 月 20 日