

证券代码：301021

证券简称：英诺激光

英诺激光科技股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2022-08

| | |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 电话会议 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 海通证券 杨彤昕 招商基金 吴 昊 汇信资本 谷方庆、黄向阳 西部证券 李启文 西南证券 周鑫雨 安信证券 李 疆 中金证券 严 佳 德邦证券 杨云道 天风证券 骆亦扬 光大证券 贺 根 旦恩资本 刘 旭 摩根华鑫 李子扬 |
| 时间 | 2022年09月19日-9月29日 |
| 地点 | 深圳市南山区创智云城大厦1标段1栋A座11层 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事会秘书张勇 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 张勇先生就公司基本情况、核心优势、创新成果和发展规划等四方面进行了介绍，现场交流的主要问题如下： 1、公司的产品主要应用于哪些行业？各行业对收入的贡 |

献如何？

答：激光作为一种平台型技术，可以被广泛应用于多个领域，这一特点为公司成长提供了持续的动力。公司聚焦于工业微加工（消费电子、3D 打印、芯片制造和新能源）和生物医疗（高值植介入医疗器械设备及制造、光声显微镜）等两大业务方向。

过去十余年，公司率先抓住了消费电子、3D 打印、溯源打标等行业的发展契机，赢得了在国产固体及超快激光器领域的龙头地位，在发展激光器业务的同时开辟了嵌入式模组业务的赛道，相关行业在接下来仍将为业务基本盘发挥重要作用。

近些年，公司发挥中美协同的优势和在激光生物医疗的积累，培育了高值医疗器械装备和制造服务、芯片制造关键制程的定制激光器等业务，相关产品/服务已得到客户的认可，实现了一定规模的营业收入。

今年以来，公司重视技术创新中心建设，加快在募投项目所规划的新业务方向的布局，为未来两三年提供新的增长动力。

目前，消费电子、3D 打印等终端应用对公司收入贡献占比较高，医疗行业同比增长较快。

2、公司在生物医疗领域的进展和前景如何？

答：生物医疗领域有两类业务：高值医疗植介入器械和光声显微镜，去年实现收入约 1,214.06 万元。

在高值医疗植介入器械领域，公司形成了较为完整的全线解决方案能力，可满足客户的研发、试产和量产需求，2022 年上半年客户数量和在手订单同比增多。我们看好该领域的市场空间、发展速度、竞争格局和盈利水平，该业务有望依托于国内行业特点顺利发展。

在光声显微镜领域，客户目前集中于科研领域，与此同

时，公司已建成 1 个光声成像联合实验室，推进相关产品的临床转化，并发挥展示营销功能。

3、公司是否会转型进入下游设备领域？

答：公司的商业模式是以激光器为核心，以嵌入式模组为触角，面向全球市场，重点服务于“工业应用”和“生物医疗应用”两个重大领域，通过帮助客户解决行业“痛点”，有步骤地开拓增量市场。

其中，嵌入式模组业务着眼于满足细分行业头部客户的创新、保密或者整线自主化等需求；同时，该业务模式使公司通过与头部客户的合作有助于及时了解终端需求趋势和理解行业“痛点”，从而优化激光器产品规划和性能，这一核心业务逻辑未曾改变。

如何发挥激光技术的先进性和拓展激光技术的渗透率，是公司选择嵌入式模组的出发点。因此，作为国内固体及超快激光器龙头，我们的发力点在于与优秀的行业伙伴一同延展应用场景、做大市场规模，而非陷入存量竞争中。

大家可以看到，在相对成熟的消费电子行业，我们的发力点在激光器业务，仅在声学、光学、透明脆性材料、FPC/PCB/COF 等细分领域分别服务一家头部终端客户，且在 WLG、玻璃背板等方面为客户提供了行业领先的创新解决方案。然而，在发展较为早期的、缺乏下游伙伴的生物医疗行业，我们会尝试从事下游设备集成商环节尚不成熟的业务，例如，应客户需求提供了从激光器-设备-制造服务的全线解决方案，又如，开发了全球领先的光声显微镜产品，上述努力对于推动相关细分领域发展水平的意义是必要且深远的。

4、如何评价公司上半年的业绩表现？

答：在疫情、行业及其它不确定因素增多的负面影响下，营业收入同比下降 16.10%；归属于上市公司股东的净利润同比下降 34.20%；激光器业务营业收入同比下降 13.86%；激光

模组业务营业收入同比下降 27.11%。

尽管面对诸多不利因素，但是公司研发费用较上年同期保持了同等的投入力度，同比增长 6.14%，大客户开发工作持续推进，医疗业务客户和在手订单同比增多，海外市场持续拓展，新立项项目按计划推进，综合毛利率保持稳定，经营活动产生的现金流量净额大幅增加，保持了健康发展的基础。

保持持续健康的经营状态，是公司的核心经营逻辑，是支撑创新业务的基础，是抵御市场风险的压舱石——公司在拓展新业务时，选择具备“有深度、有宽度、有长度”的业务方向，也为持续健康提供了保证。

5、如何理解“有深度、有宽度、有长度”的业务选择标准？

答：深度代表“痛点”，宽度代表“规模”，而长度代表“持续”，公司倾向于以发挥核心技术优势的方式开拓新业务，从而使新业务具备一定的壁垒、带来显著的增量和较长时期的回报，公司赢得持续健康的经营水平和跨越式的增长机会。

例如，“WLG 晶圆级玻璃透镜加工模组”产品解决了传统制程在效率、成本方面的短板，有望应用到智能手机、可穿戴设备、无人机、AR/VR、汽车电子等场景中，助力客户实现玻璃镜片的经济、高效的大规模量产解决方案，在量产可行性、生产效率、镜片精度及性能、径厚比、偏心准确性等方面具备优势，使得光学性能更好的玻塑混合镜头的大规模市场化应用成为可能。

又如，“高值医疗植介入器械”业务领域具备市场规模大、预期前景好、国内竞争少等优势，但公司进入这个行业所凭借的是在飞秒激光器和光学、工艺方面的长期积累和对器械产品设计、材料性能的深刻理解，并且仍在尝试通过构建“装备、工艺”以外的其它能力进一步筑高竞争壁垒。

因此，公司致力于创新驱动的特点十分鲜明，我们重视“大赛道”但不会低质“追风口”，而基于“光源、光学和工艺”方面的技术积累和技术复用支撑了针对客户“痛点”提供高效解决方案的能力。

6、公司在各领域有哪些新进展？

答：面对下游众多机会，公司往往结合各领域的产业化节奏，发挥自身技术储备，重视技术复用，聚焦资源投入，力争逐步拓展新领域。

在早期落地的消费电子、3D 打印等领域，公司尝试挖掘嵌入式模组大客户，并随客户业务范围延展的进度，将相关技术应用在无人机、AR/VR、汽车电子等新场景中。

在去年落地的生物医疗领域，上半年的客户和在手订单同比增多。

今年是公司重点拓展国外市场的首年，将基于过往的技术和客户积累，力求在与国外同行竞争中以稳定的产品和成熟的供应链等比较优势站稳脚跟。

面向未来的下一个领域将以“节能减排应用研究所”项目为依托，聚焦新能源行业的激光制程需求，发挥超快激光器等在“光源、光学和工艺”一体化的技术积累，相关核心工艺及核心产品的研发工作在推进之中。

7、公司在上市后有哪些显著变化？

答：上市增强了公司的资金实力，在此前提下，公司基于前期的积累和技术复用的理念，根据新业务的产业化节奏，有步骤地加大了对若干新领域的投入。

特别值得一提的是，公司梳理了商业模式，进行了组织变革，成立了技术创新中心。技术创新中心按照“建立创新体系，培育创新团队，研发创新产品，开拓创新应用”的部门使命，确立了“021 实验室”的四个技术开发方向：“新技术”、“先进制造”、“微焊接”和“生物医学”，引进人才，立

| | |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>项攻关。</p> <p>8、公司在海外市场有哪些规划？</p> <p>答：以美国为代表的海外市场在需求规模、商业条件、竞争格局等方面具有新引力。公司全资子公司在美国等海外市场有长期的运营基础和客户资源。近年来，公司产品显著提升，国内供应链优势明显，中美协同的响应速度是差异化优势。因此，公司将海外市场作为未来的重点方向之一。继去年底完成市场调研后，公司于今年开展了海外营销团队建设、中美团队合作机制优化和目标客户开发，相关工作正在推进中。</p> <p>交流过程中，公司人员与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p> |
| 附件清单（如有） | 无 |