

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：2025-002

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（ <u>电话会议</u> ）
参与单位名称及人员姓名	浙商证券：曾伟 银华基金：陈思远 财通基金：吴谦 华商基金：范一帆 国寿安保基金：韩涵 鹏华基金：柳黎、刘偲圣、戴钢 君屹资本：战君屹
时间	2025年1月15日上午-2025年1月16日下午
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、小家电、户外家居、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</p>

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。

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 2024 年前三季度业绩增幅较大，请问各板块占比如何？涨幅较大的有哪些板块？

回复：按 2024 年前三季度的数据统计，各板块收入占比分别为：时尚家电 33%、汽车 29%、家居 18%、其他有电子、医疗、航空等领域。涨幅较大的是新能源、小家电、户外家居板块。

问题 2：与 2021 年相比，公司各个板块收入占比发生较大变化，请问变化的原因是什么？

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，如公司业务涉及汽车、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。所以造成各板块收入占比发生较大变化主要还是受各行业及客户发展规划的影响，不是公司刻意进行结构化转型的结果。而且这种小批量多品种及多元化的业务模式不仅会给公司带来较高的毛利率，而且抗行业周期涨跌，使公司收入保持稳定上升的状态。

问题 3：增长主要来源于新能源、小家电、户外家居板块，请问这种变化是从什么时候开始？增长的主要原因是什么？

回复：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 年销售额开始迅速放量，主要涉及产品有动力电池零配件、电车电容器及其母排和注塑零组件。

小家电板块是 2023 年下半年开始进入旺季，2024 年上半年延续了这一势头，这方面可能也和美国大选征收关税的担忧有关。整体销售增长与北美地区山火泛滥、抛弃型消费习惯、时尚小家电日益完善的功能及靓丽外观有较大的相关性。

户外家居板块这两年也增长较快，主要得益于北美户外品牌客户

的开拓及原有品牌客户销售的稳健增长。

问题 4：公司在新能源领域主要提供哪些产品？相比其他竞争对手，公司有哪些竞争优势？

回复：公司主要为新能源车提供动力电池隔板、盖板等注塑件，电容器塑料壳、铜排等。

公司竞争优势：（1）技术和品质：公司是国家级企业技术中心，在技术、品质和交期上具备较大优势；（2）地利：公司新能源前 2 大客户都在本省内，具备贴近服务的优势。

问题 5：公司新能源收入快速增长，是否会增加公司的回款压力？公司如何应对？

回复：国内新能源公司的账期相对较长，会给公司带来一定的影响，但公司目前资金充足，且国内新能源大客户订单的快速增长从中长期看也会给公司带来较大且稳定的资金流。

公司会在合作前调查其信用情况及经营情况，合作后进行密切跟踪，进行账期管理，应对并降低应收账款风险。未来，公司将继续严格把控应收账款的回款进度，持续加强应收账款的回收力度，不断提升公司管理水平。

问题 6：时尚家电板块快速增长的核心竞争力在哪里？未来时尚家电板块怎么拓展？

回复：时尚家电板块增长快速的核心竞争力在于公司拥有较为完整的一体化制造平台产业链，从产品设计→模具设计→模具制作→注塑件生产→产品组装，甚至 PCB 板、喷涂产线等均有配套生产。完整的产业链不仅会让整体加工生产成本较低，性价比较高；还能加快产品落地速度，缩短生产周期，满足健康家电产品更新迭代速度快的要求。

未来，公司将继续从增加新品类、新客户等方面积极拓展时尚家电。公司目前时尚家电主要有空气净化器、净水器、即热式饮水机、咖啡机、电动洗地机、玻璃清洁机、空气炸锅、厨余处理器、吸尘器等环境类、厨电类产品，未来公司将继续拓展其他品类的产品。

问题 7：公司毛利率相较于其他同行业公司较高，主要原因是什么？

回复：公司盈利能力较强的原因：（1）技术领先：技术领先不仅体现在产品精密度上，还体现在产品生产交付周期、贴近市场服务等方面；（2）多品种、小批量：公司主要做的是定制化、小批量精密结构件产品，这类产品毛利率相对较高；（3）客户优质：公司销售以外

销为主，很多是如全球 500 强企业之类的大型知名企业，这类企业在价格和回款上都会有个合理的空间，他们希望供应商能一起共同成长。

问题 8：公司毛利率是否稳定？如何看待公司未来毛利率的走势？

回复：公司毛利率相对稳定。公司的产品策略和综合竞争优势可以保证公司相对较高的毛利率水平，但随着产品结构调整、国内市场份额的扩大及全球内卷化趋势，公司毛利率呈现缓慢下滑趋势。未来，公司将加大力度拓展具有较高技术门槛和品牌能力的优质客户，维持目前相对较高的毛利率水平。

问题 9：公司 2024 年内外销比例是多少？海外销售各地区份额占比如何？

回复：2024 年前三季度公司外销占比接近 42%，但实际应该是 60% 以上。因为有部分销售实质外销，但统计是内销。如国外客户在境内设立子公司，公司先销售给客户在境内设立的子公司，再由该客户境内子公司销售至境外。

公司外销主要是销往北美、欧洲和亚洲，份额占比分别为 29%、30% 和 39%。

问题 10：公司建立海外生产基地是为了匹配客户需求？

回复：公司建立海外生产基地是基于多方面考虑的，主要有以下目的：（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；（4）应对关税问题。

问题 11：公司应对关税问题有什么措施？

回复：公司已提前布局墨西哥、马来西亚、越南等海外生产基地，可以支持美国等当地客户的交付；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。

问题 12：国内外生产基地的产能是怎么布局布的？未来是否会加大海外投资？

回复：公司目前产能还是集中在国内，国外产能相对比较小，大概 10% 左右。东南亚国家虽然人力成本较低，但是供应链不全，很多东西

	<p>都需要从国内运出去，且技术人员和管理人员也较难招聘，综合成本较高，所以公司产能目前仍以国内为主，海外生产基地主要以产能备份为目的。</p> <p>未来，“走出去”仍是趋势，公司将继续加大海外投资力度，提升国际竞争力。</p> <p>问题 13：目前公司产能利用如何？能否承接订单上涨的压力？如何提高产能利用率？</p> <p>回复：公司随着新建产能陆续投入使用，产能紧张情况已得到较大缓解。未来，公司会继续通过开拓新用户、拓展新领域、争取新项目等多种方式提升产能利用率。</p> <p>问题 14：公司目前并购主要关注哪些方向？对并购标的的利润有要求吗？</p> <p>回复：公司目前并购更关注能带来一定产业协同上下游产业链上的总成类企业，如汽车零部件总成一级供应商、有一定品牌知名度的小家电企业、微特电机类企业等。公司对并购投资不仅考虑产业布局，同时一般也要求标的为要有一定规模利润及相对较高利润率的成熟企业。</p> <p>问题 15：公司如何规划 2025 年的利润增长目标？哪个领域是拓展的重点？</p> <p>回复：公司 2025 年净利润目标为同比增长 20%，这也是员工股权激励计划的业绩目标。</p> <p>公司会继续将寿命周期较长的汽车领域和具有较高技术门槛和品牌能力的优质客户作为战略发展的重点，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 16：公司每年的分红率还是比较高，未来分红方案是如何规划的？</p> <p>回复：公司分红率逐年提高，2023 年度分红率高达 67%。公司将根据经营情况，增加分红频次，提高分红率，与投资者共享公司发展成果。未来，公司将依据盈利水平、资产质量等因素合理规划各年度的分红率。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2025 年 1 月 17 日</p>