

证券代码：603992

证券简称：松霖科技

## 厦门松霖科技股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2022-006

<b>投资者关系 活动类别</b>	<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"/> 电话会议
<b>参与单位</b>	安信证券、鹏华基金、大成基金、融通基金、景顺长城基金、天风证券、银华基金、富安达基金、隆顺投资、国海证券、国寿养老、武汉鸿翎、国寿安保、南京证券、东方财富、国融证券、光大保德信、凯丰投资、昆仑健康保险、明世基金、中金资管、浦银安盛、浙商资管、中信资管、信诚基金等
<b>时间</b>	2022年6月
<b>地点</b>	厦门松霖科技股份有限公司
<b>上市公司 接待人员姓名</b>	董事会秘书吴朝华女士
<b>投资者关系活 动主要内容介 绍</b>	<p><b>互动交流摘要：</b></p> <p><b>1、未来公司在厨卫健康品类方面拓展品类的方向是什么？</b></p> <p>答：去年公司并购了倍杰特公司，其主营是水箱配件、智能马桶及智能马桶盖等，这为公司的厨卫健康品类扩充了智能马桶系列产品。</p> <p>未来厨卫健康品类的发展主要会在现有产品品类的基础上向健康化、智能化做功能性的升级研发，不再考虑以外延式的形式增加厨卫健康品类的产品种类，公司将重点考虑美容健康品类的发展。</p> <p><b>2、未来厨卫健康品类在海外市场的主要增量在哪里？</b></p> <p>答：厨卫健康产品是以健康作为第一创新方向，为厨卫空间场景提供更优的健康生活创新方案，实现从满足消费者的基础生活需求升级为创造更具价值的健康需求。未来厨卫健康品类的主要增量会有两方面，一方面是与老客户合作的品类增加，另一方面是新客户带来的新市场。</p> <p><b>3、公司会考虑跟国内品牌商合作吗？</b></p> <p>答：会考虑，但是公司会以保证毛利率为前提谈合作。</p> <p><b>4、关于美容健康品类，公司定位是 TOB 市场，个人觉得这块业务目前是蓝海市场，竞争比较大，参考近两年的小家电市场情况，刚开始是行业渗透率比较低，后期</b></p>

**突然爆发，很多大厂进入后整体又步入平稳期，请问公司是如何看待这一情况？**

答：根据魔镜市场情报《线上美容仪消费洞察》公布：2021 年中国医美市场规模达 2,274 亿元，线上美容仪美容护肤产品市场规模达 2,331 亿元；2021 年面部美容仪规模达 111.8 亿元，2022 年品牌数量呈上升状态，品牌间竞争激烈。

美容健康品类市场目前产品品牌变化快，需要有推陈出新的产品，公司做 TOB 市场是基于自身的研发优势考虑，为不同品牌商提供具有差异化、创新性的产品和解决方案，当前是公司具有的先发优势。

**5、关于公司在公开信息中提到的“非标柔性化产线”，请问主要是用来做什么？这个生产线以后会扩大吗？**

答：“非标柔性化产线”主要是指公司的装配工艺。由于不同客户以及同一客户不同批次的订单对于产品的规格、型号、尺寸等方面的要求差异较大，公司为了应对市场需求，提交高生产效率，从研发设计产品内部结构和内部零部件时就为后续生产效率服务，最终在产品装配时进行区分。

未来随着公司的生产规模扩大，公司会不断升级生产线。

**6、请问“松霖·家”业务与装配式装修是同一类型的？或者说它就是装配式装修？**

答：从最终实现的效果来看两者是类似的，“松霖·家”目标也是实现家装预制化，减少对专业工人的依赖性。

**7、历来因为装修行业的不透明，消费者对装修公司信任感极低，请问公司在品控管理和成本管理方面是如何考虑的？**

答：“松霖·家”业务将装修各模块走预制化，就很好的解决了这个问题。消费者选定方案后，装修的各个因素就会进入预制化，不会因为施工人员的因素而改变，减少传统的设计师概念与实际装修或安装情况脱离导致的弊端。预制化的操作对专业人员的依赖性降低，能很好地提高公司品控管理并降低成本。

**8、“松霖·家”下半年计划连续开 10 家店，那是不是意味着下半年会有比较大的资本开支？公司对这 10 家店的选址的逻辑大概是什么？**

答：开店的成本主要是房租和前期装修成本，投资者从公司去年的年报上可以看到，公司去年已经选好店面并签订了租赁合同，接下来就是装修费用，整体上这些费用支出都在公司可控范围内。

公司目前的选址主要是省会和国内一二线城市，由中心位置向外扩张。

	<p>9、公司的可转债近期通过证监会核准，请问未来可转债发行的时间表安排如何？</p> <p>答：可转债批文的有效期为 12 个月，公司按计划安排，具体以公司披露的公告为准。</p> <p>10、目前公司股价一路下跌，请问股东会不会有减持计划？或者说接下来有没有比较强的动力，在可转债发行后能尽快促成大家转股？还是说对公司比较有信心，相信股价一定会上来？</p> <p>答：公司始终坚持“健康硬件 IDM”和“松霖·家”的“双引擎”发展战略，公司的基本面稳健发展，新战略、新业务，发展方向清晰，实现方法、手段众多，公司从管理层到底下员工，对公司都很有信心。</p>
附件清单	无