

证券代码：301029

证券简称：怡合达

东莞怡合达自动化股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-007

投资者关系活动类别	<input 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（腾讯会议）
参与单位名称	（排名不分先后）高毅资产、上海东方证券资产管理有限公司、博普科技、长信基金、山石基金、招银理财、景熙资产、海翔投资、华银基金、合心资本、钦沐资产、天风证券、建设银行横沥支行
时间	2021年11月25日
地点	2021年11月25日电话会议、2021年11月25日东莞市横沥镇村尾桃园二路33号横沥园区现场调研
上市公司接待人员姓名	董事会秘书黄强
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次调研活动主要问题及答如下：</p> <p><b>Q1:从公司过去发展过程中来看，成功的秘诀是什么？</b></p> <p>A:坚持做正确的事情，把战略看清楚，掌握客户需求，解决客户隐性需求和显性需求。显性需求是客户希望没有标准的有标准，有标准的价格便宜、交期快，希望可选的东西越多越好。隐性需求，基于产品的特点和行业特点，围绕着产业特点，客户也需要机器设计时间越来越短，成本越来越低，机构越来越好，功能越来越强大。客户希望设备转型后零件还能继续使用，做到标准化掌握客户需求。客户的客户也有需求，这个需求是共性的，不断地研究客户的问题，一点点的解决客户需求。</p> <p><b>Q2:公司未来盈利能力如何保持？对毛利率、净利率的预期</b></p>

**及变化是怎样的？**

A: 目前, 公司主要是服务客户的长尾化需求。对于客户来讲, 核心诉求在于选择的便捷性, 设计的简单性, 交付的可靠性等。如果客户的需求结构、行业竞争态势情况不发生重大变化, 公司产品结构不发生重大变化, 则毛利率水平应是变动不大。关于净利率, 公司将根据经营节奏, 适度平衡阶段性的研发、运营等投入支出, 这是一个动态的过程。

**Q3: 销售人员如何划分客户? 在接触客户的时候是按客户收入体量金额划分还是行业划分?**

A: 我们有两个维度, 一是按区域划分; 二是由行业市场部根据不同领域进行划分, 实现矩阵式管理。

**Q4: 线上收入占比提升的原因及未来的发展趋势?**

A: 公司一方面主动引导建立的线下合作伙伴逐步把采购向线上转移, 这个是我们对销售团队的一个明确的考核目标。另一方面是通过线上的推广渠道把一部分零散的采购在线上实现。这几年无论是客户还是销售的占比都在逐步向线上转移。

**Q5: 公司 FA 工厂自动化零部件中自制、OEM、集约化采购三种产品供应方式实现的收入占比情况? 未来哪一方面的占比会提升?**

A: 2020 年度, 公司自制供应占比 48.14%、OEM 供应占比 35.48%、集约化采购占比 16.38%。对于部分市场上供应零散、无统一标准型号的 FA 工厂自动化零部件, 公司一般进行自制或 OEM 供应; 对部分市场上已有标准型号或成熟品牌的 FA 工厂自动化零部件, 公司一般进行集约化采购供应。公司主要综合考虑市场需求、产能、生产成本、质量、交期等因素后再选择适合的供应方式以满足客户的需求。

**Q6: 怎么看待行业未来的市场空间?**

A: 在适龄劳动力数量减少、劳动力成本持续上升、自动化设备技术水平不断提高、国家产业升级政策支持等多方面因素的共同作用下, 我国自动化行业的市场需求快速增长。根据市场调查

机构 Reportlinker 的数据显示,全球工业控制与工厂自动化市场规模预计将从 2018 年的 1,600 亿美元增长至 2024 年的 2,695 亿美元,年均复合增长率将达到 9.08%。根据中国工控网《中国自动化及智能制造市场白皮书》,我国自动化及工业控制市场规模自 2015 年至 2019 年期间,已从 1,390 亿元增长至 1,865 亿元,年均复合增长率达到 7.63%。自动化设备服务领域较广,包括 3C、汽车、新能源、光伏、医疗、激光、食品和物流等行业领域,依托于下游自动化设备服务领域的巨大市场空间,自动化设备零部件行业市场空间广阔。

**Q7:公司产品的定价原则及调价频率,价格波动是否会实时传递给下游以保障毛利率?**

A:公司 FA 工厂自动化零部件产品定价策略主要基于相对稳定的基础报价。各类产品的基础报价由各产品中心一般按照“成本+合理利润”的原则,并综合考虑不同产品的市场报价、产品特性、产品品质、技术含量、交付周期等因素,针对不同品类和规格的产品,设置不同的数量折扣政策,形成公司基础价格体系。基于产能预测与生产规划,对关键物料进行策略性备货,确保相对低成本的物料采购及供应保障,同时公司将根据上下游供需情况及公司策略,适时对销售价格进行相应地调整。

**Q8:未来公司市场份额会不会存在被挤占的风险?**

A:公司业务具有较高的壁垒,主要在于产品丰富度壁垒、品牌和客户壁垒、供应链管理壁垒、本地化服务壁垒、信息化和数字化壁垒等。公司上述壁垒,是基于自身在自动化零部件领域长期积累,对自动化设备所需零部件应用场景的长期研究所累积形成的,建立了公司在行业中有利的竞争地位。潜在进入的竞争对手往往需要投入较多的时间、精力、资金、人才资源才能在行业内形成一定竞争力。因此,从新进入者面临的行业壁垒来看,公司市场份额被挤占的风险较低。

**Q9:能针对客户介绍下公司的账期吗?**

A:对于 FA 工厂自动化零部件产品客户,公司按照信用结算

	<p>方式将客户分为预收款客户和月结协议客户，其中：①预收款客户：公司先预收全部款项后再发货，即预收款客户不存在信用期；②月结协议客户：公司主要根据客户业务规模、采购规模、信用状况、资质状况等情况，综合评审后予以确定月结天数，一般给予客户月底结、月结 30 天、月结 60 天、月结 90 天的信用期。</p> <p><b>Q10:与竞争对手相比，公司的竞争优势主要体现在哪些方面？</b></p> <p>A:与零部件各细分产品制造商、品牌商等竞争对手相比，公司竞争优势主要体现在一站式采购服务、产品开发和深度研发、品牌和客户资源、供应链管理等方面。与主要竞争对手米思米相比，公司在本地化服务、对中国本土产业各类自动化设备适用性、国内制造体系配套方面具有一定优势，针对 FA 工厂自动化零部件订单小批量、高频次、短交期的特点，相对于单个产品价格，客户更看重的是订单响应能力、采购效率、产品品质。公司在标准设定、产品开发、供应链管理、平台化运营和本地化服务等方面均具有一定的核心竞争能力，能够为客户提供高品质、低成本、短交期的自动化零部件产品。此外，由于公司标准化体系建立以及在自动化设备设计和采购环节与客户渗透率的不断提高，对客户而言，对公司产品转换成本较高，客户在合作过程中一旦更换零部件供应商，不但要首先改变工程师原有的设计选型习惯、选型设计标准，还会降低自身的采购效率，同时可能存在产品品质和交期不可控等风险。因此，公司产品具有较高的溢价能力和客户黏性。</p>
<p><b>附件清单 (如有)</b></p>	<p>无</p>