



国光电器股份有限公司
股票代码：002045

投资者接待记录

调研机构：华商基金管理有限公司 吴明鉴；深圳市宝能投资集团有限公司 董祯强 陈方园；
华融证券股份有限公司 李伟新 郭振宇

接待时间：2014年11月27日下午14:20—15:20

接待地点：公司206会议室

接待人员：董事会秘书兼副总裁凌勤；证券事务代表张金辉

本次接待主要就公司基本情况和业务、锂电池下游客户、国内市场开拓、西移优势、毛利率增长等情况展开交流，交流主要内容如下：

1. 请简要介绍下公司的基本情况和业务？

国光电器：公司成立至今已有63年，一直做扬声器和音响产品，60年代公司主要做扬声器，80年代开始做出口业务，做国外市场，走外向型道路。公司历经1951年8人设立的小作坊到后来归属国有，1993年完成股份制改造，1995年引入外资股东PRDF，2000年完成国有转私营，2005年在深交所中小板上市。

公司业务主要包括OEM/ODM出口业务、锂离子电池业务、国内品牌业务、五金业务、微电声业务以及厂房租赁业务，其中OEM/ODM出口业务走大客户路线，该项业务在IPO时90%是制造扬声器单元，后来就从扬声器单元往音响成品转型，目前公司多媒体音响产品占公司主营业务收入60%，该项业务还包括消费类音响产品（家用、电视机消费类的产品）、专业音响产品、通讯类音响产品、汽车扬声器。电池业务2002年就已开展，10多年来都是专注做中小型电池，之前都没有较好的客户群，2013年电池事业部开发出较好客户，目前已看到成效，也有良性效果，预计2014年和未来几年电池业务的发展会持续向好；另外锂电池相关的正极材料（NCA）研发公司和技术团队2010年就已开始，经过小试和中试，到了可产业化的阶段，为更好推进NCA项目产业化，公司找到江苏国泰及其控股子公司公司华荣化工，华荣化工锂电池电解液规模全球第三，有较好的客户资源。2009年公司收购爱浪品牌开发国内家用音响市场，收购爱威品牌开发国内专业音响市场，目前国内市场还没有发展起来，近5年来也受到消费者习惯改变以及产品升级换代等因素影响，国内市场还没有发展起来，但国内业务部门也在做转型，业务模式也有转变。五金业务是做配套主业扬声器的五金件，目前也有主动开发市场，业务能力得到提升。微电声业务的前景还比较好，智能手机更换频率很快，微电声业务走大客户路线，

客户验证所需要的时间会更长，但还是会坚持做这一块业务。此外公司还有租赁厂房业务，目前每年能贡献 3000 万元到 4000 万元的租金收入。

2. 电池业务的下游客户主要有哪些？

国光电器：主要包括 MP3、蓝牙耳机、平板电脑、移动音响等产品的客户。

3. 国内市场目前尚未有好的开拓，是不是有一些困难不能突破？

国光电器：都能突破，但需要着手解决，目前主要从产品设计方面做一些转变，逐渐往多媒体产品方向转移，并通过利用蓝牙、无线、WIFI 等技术设计更符合家居化音响产品，销售渠道也将加大网络销售力度，国内还将借鉴国外大客户开发经验，开发国内的一些电视机类的大客户，此外国内还在尝试代理国外高端影音品牌 LOEWE。

4. 公司往广西迁移生产制造是考虑广西有哪些方面的优势？

国光电器：相比广州，广西梧州的劳动力资源丰富，用工也相对稳定，且工资成本相对较低。

5. 公司预计 2017 年各项业务营业收入达到 40 亿元，能否做个分解？

国光电器：其中国内品牌业务和电池业务发展目标不低于 30%，即到 2017 年电池业务和国内音响品牌业务大致不低于 12 亿元，OEM 和 ODM 音响业务大概为发展目标的 70%，即 28 亿元。

6. 公司这几年毛利率一直走高是什么原因？

国光电器：IPO 上市那会公司主要生产制造中高端扬声器单元产品，当时毛利率相对较高，接近 30%，后面就开始做音响整套产品，开始做音响产品时为获得大客户信任会去做一些毛利很低的产品，前期牺牲的利润也将在后续开发该客户新产品时进行弥补，2010 年至 2011 年前后公司为拿到更大的市场份额，牺牲了部分毛利率，再到后面公司盈利就相对停滞，2012 年公司还经历了亏损，之后公司就注重规模发展要与盈利平衡，就开始挑项目、挑客户、做客户价值分析，希望做毛利率更好的产品，更好的平衡规模和盈利，这两年来毛利率都有稳步提升。