



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：景顺长城基金管理有限公司 余广、詹成、李林岭

接待时间：2014年12月25日上午10:20—12:00

接待地点：公司202会议室

接待人员：董事、副总裁兼财务总监郑崖民，董事会秘书兼副总裁凌勤，证券事务代表张金辉

本次接待主要就电声业务发展前景、公司的产品构成和同业对比优势、微电声业务、汽车音响、发展目标等情况展开交流，交流主要内容如下：

1. 请简要谈谈公司电声业务的发展前景？

国光电器：音响产品还是有空间，公司现在做到20亿左右的规模和全球几百亿、上千亿的规模相比较，尚属微小，公司在海外OEM/ODM市场一直都能相对比较稳定做好，传统的大音响也在变革，多媒体音响产品的音质要求也越来越高，音响产品也在融合互联网音乐、无线等技术，公司目前在产品研发投入较多，在通过软件、电子等方面研发，为后期产品开发做准备，这些技术能运用于对国外客户的开发，同样可以运用到国内自主品牌业务的产品。

2. 从公司年报看公司传统的产品结构也有变化，多媒体音响增长较快，消费类音响下降较多，消费类是哪些产品？

国光电器：消费类音响主要以家用为主，包括大音响产品、电视机内外置扬声器、声吧(soundbar)等，多媒体类音响主要围绕电脑周边，主要以电脑内置、电脑周边的音响产品和无线蓝牙音响产品等，此外公司还有专业类音响产品、运用于固定电话的通讯类产品和少量汽车扬声器。

3. 公司认为与同业者相比最突出的优势是什么？

国光电器：声学技术的积累和基础，公司有60多年历史，成立至今一直从事声学的研发、设计、销售和制造，目前公司也是中国电子音响行业协会会长单位。

4. 微电声业务有没有尝试去切入国际知名手机大客户比如苹果、三星？

国光电器：微电声业务肯定也是要走大客户路线，各类客户都会去接触，但要攻下大客户不是那么容易，对目标客户的开发都有不同程度的进展，只有在产品上有创新或技术指标上有更高

的突破，才能赢得客户。

5. 公司有做汽车扬声器，为什么没有切入汽车音响这一块？

国光电器：汽车音响公司在 2005 年 IPO 之前就有做汽车音响的想法，而且那时候汽车音响的毛利、市场空间以及规模都很理想，但从资本市场融到钱后，汽车音响这一块的毛利以及市场都有变化，考虑到跟进汽车音响需要认证和等待时间长等因素的影响，公司就重点转移到发展多媒体音响产品，目前多媒体音响业务占公司主营业务收入比重超过 60%。

6. 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。

7. 国外 OEM 和 ODM 业务如何去实现增长？2017 年国内市场和电池业务能否做到既定目标？

国光电器：国外业务主要是老客户新项目的增长，还有新客户进入，现在国外还有很多优质的声学客户公司尚未开发，客户开发方面公司还是坚持走开发中高端的客户产品路线。国内市场未来在品牌方面会有较大的推动。

8. 假如公司 2017 年做到 40 个亿收入，在毛利率方面是否有较大的下滑？

国光电器：做到 40 个亿的规模，也将控制好相应的毛利水平，不会让毛利率大幅下滑，公司目前的发展策略是追求规模、收入、利润的平衡，不会不考虑利润水平单单去拿市场份额。

9. 公司如何看电声行业下一波的增长？

国光电器：下一波增长估计会伴随着消费类电子行业产品颠覆，如果能跟上相应的客户，企业会有较大增长，目前公司也在做好技术储备，等待机会。