证券代码：002137 证券简称：麦达数字

**深圳市麦达数字股份有限公司投资者关系活动记录表**

编号：2019-016

|  |  |
| --- | --- |
| **投资者关系活动类别** | □特定对象调研 □分析师会议  □媒体采访 □业绩说明会  □新闻发布会 √路演活动  □现场参观  □其他 （电话会议） |
| **参与单位名称及人员姓名** | 东吴证券 王平阳；誉丰控股 王新栋 |
| **时间** | 2019年11月27日10:40-11:30 星期三 |
| **地点** | 上海浦东丽思卡尔顿酒店多功能C厅 |
| **上市公司接待人员姓名** | IR 靳尚 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **一、介绍公司经营情况**  **1、历史沿革**  公司成立于1998 年，2007 年在中小板上市，公司原主营业务为EMS 消费类电子和照明产品生产制造，2010年尝试自有品牌业务，经过2013年开始的业务转型升级，2016年原有硬件业务脱胎换骨后开始进入爆发式增长。  **2、战略规划**  智能硬件板块：作为公司正在快速成长的业务板块，公司凭借在硬件产品规划、研发和制造领域的积累和底蕴，以智能照明等成熟、稳健的既有业务为基石，在智能家居等新业务领域加大研发投入，力争在现有优质客户的基础上，未来在产品品类、客户渠道拓宽等领域开拓更大的市场空间；此外，凭借公司为现有客户服务过程中积累的智能电源及工业控制等相关能力，为迎接5G、物联网时代的到来，公司将着力于在智能电源、传感器等智能硬件部件相关领域寻找更多发展机遇，从而为公司寻找新的业绩增长点。  智慧营销板块：近年来在行业结构调整、公司自身业务优化升级的影响下，公司将始终坚持“技术+数据”作为该板块的未来业务转型升级方向，并在未来5G应用相关领域寻找和布局业务机会。  投资板块：产投研是公司战略落地的主要路径，投资职能是公司当前非常重要的职能，投资不仅可以布局和锁定优质标的，也可以带来投资收益和良好的现金回报。近年来公司参股投资的赢销通、麦盟科技、六度人和等优质标的，陆续完成了新一轮股权融资，体现了市场认可其未来价值，一定程度上也肯定了公司的投资能力。未来公司将依托于现有业务，专注于大数据、人工智能、5G、物联网等新技术在公司业务场景中的应用落地，持续在与公司战略、产业布局相关的5G、物联网、大数据、人工智能等应用领域投资布局。  **二、公司智能硬件板块的核心业务是什么？**  目前公司智能硬件板块的核心业务主要包括两大块：  其一，智能家居类业务，产品主要包括智能照明、智能锁具等。其中智能照明已经是公司非常成熟的一块业务，现有在销的智能照明产品都是公司自主研发的，公司在这个业务领域的布局相对还是比较早的；智能锁具是公司2018年新开拓的业务，主要是和公司投资的新加坡公司易智联合作，目前量还不大，但随着物联网的发展，智能锁具未来的市场空间还是很大的，公司管理层还是看好照明、锁具行业在物联网时代的应用前景。除开前述产品外，公司也会逐步布局其他智能家居类产品。  其二，智能制造业务，产品主要是工业级产品，主要包括智能电源、工业控制产品制造等等。公司上市时主要做消费类电子产品的生产制造，消费类电子产品虽量大，但毛利相对低，所以公司自2014年开始逐步培育工业级产品制造，新开拓的几个客户都是做工业级产品，目前为其供货的产品都属于智能电源和工业控制相关领域，这块业务近年的毛利明显提升，公司智能制造业务转向工业级产品还是基本符合预期。  **三、公司智能硬件板块现有业务的发展情况如何？**  公司硬件板块在经历了2013年的低谷期后，自2014年开始了转型升级，当时主要明确了两个转型方向：公司需要具备产品的自主研发和规划能力；产品和业务全面转向智能硬件及相关部件。基于此，公司近年持续加大产品的研发投入，尤其重视在智能硬件和智能控制软件等方面的研发投入，软硬件结合的核心能力提升是公司转型的重要方向，这部分产品的逐步成熟提升了公司硬件产品的竞争力和议价能力；此外公司还加大了供应链的整合力度，提升供应链管理水平。  经过近几年的调整，公司硬件业务的整体毛利率水平显著提升，平均毛利由原来的不到10%上升至20%以上，在市场开拓、产品品类等方面也取得了不错的成绩，目前公司硬件业务的客户大部分为2014年转型之后开拓的新客户，原有的客户业务比重占比不到10%。  **1、智能照明业务**  公司定位于智能照明产品的设计、研发、生产和销售，为用户提供照明解决方案。公司智能LED灯具产品全部是自主设计、研发，公司最新研发的智能灯以及智能电源等产品线获得了欧洲客户肯定，2019年7月来自欧洲市场客户EGLO的新增订单需求增加明显，助力公司智能硬件板块业绩的稳定增长。  国内市场开拓也相对顺利，公司研发的自有智能照明系统可以实现场景多元化和个性定制，支持智能语音音箱控制、手机远程控制以及蓝牙连接等模式，对公司打开国内市场助力明显，目前国内市场主要定位于新经济、新零售等商业场景领域，这类场景客户需求可复制性强，且产品标准化程度高，目前国内市场已成功切入钱大妈、全家、宝家别墅等客户，未来国内市场有望成为公司智能照明业务业绩增长点之一。  **2、智能电源及工业控制相关业务**  通过近二十年服务全球知名品牌商的经验，公司在生产制造、供应链服务、质量控制和成本管控能力等方面积累了丰富的经验，并形成了完善的制度和流程。尤其在供应链管理方面，公司在订单驱动生产的业务模式中，探索形成了一套成熟的采购、库存管理、物流管理经验。通过一系列技术创新和服务头部客户的经验积累，公司智能硬件生产服务的精细化程度较高，在业内具有一定竞争力。  公司为品牌客户提供智能电源及工业控制部分的工程测试、制造、供应链管理等系列服务，目前公司很重要的一部分应用场景为高端工业设备。  跨国芯片制造商的设备供应商ASM PT是公司现有的核心客户之一，公司于2014年初与其达成紧密业务合作，已成为ASM PT工控部分电子部件制造的重要供应商；2019年公司新切入的国内金融科技领域的优质客户—怡化股份，2019年7月订单需求大幅增加，预计2019年下半年将会成为智能硬件板块新增客户主力之一。  **四、公司智能硬件板块为什么会选择切入智能电源？**  公司前期在自主研发LED照明产品的过程中，在电源产品方面就积累了丰富的经验，融合了智能功能的电源产品也得到了部分现有国际客户的认可，其不仅向公司采购照明产品，也指定采购电源产品。公司在切入工业设备产品制造方面，也主要以电源和控制产品为主。随着物联网时代的来临，智能电源的发展空间很大，目前就我们看到的市场案例，大多联网控制模块还是集成在电源中，公司在这个领域培育的前期客户、积累的技术和产品经验等方面的能力，也对公司拓展基站电源业务起到了非常大的帮助。  **五、公司“智能硬件和智慧营销”双轮驱动，未来具体业务发展怎么规划布局？**  关于智能硬件业务：在产品定位方面，公司还是主要聚焦于在自身所擅长的领域寻找市场空间和成长性都好的产业，公司目前硬件板块的核心产品主要是智能照明、智能电源和智能控制，其中智能控制产品主要是工业控制级的产品。智能照明已经是公司非常成熟的一块业务，现有在销的智能照明产品都是公司自主研发的，公司在智能照明产品线方面的布局相对还是比较早的；智能电源和工业控制产品是从公司前期服务品牌客户的附带需求过程中慢慢成长起来的一块业务，公司早在2014年就开始重点培育智能电源和工业控制的产品，我们新开拓的几个客户都是做工业级产品，目前为其供货的产品都属于智能电源和工业控制相关领域。随着5G和万物互联时代的到来，各行各业都在迭代升级，我们认为在5G基础设施铺设完毕之后，很多硬件都会成为智能硬件，而智能硬件非常重要的功能之一就是智能控制，智能电源就成为了承载智能控制功能的绝佳载体，目前我们的核心研发团队也在积极探索5G到来后可能出现的多种应用场景，寻找公司智能硬件板块新的业务增长点，公司这几年在智能硬件方面的研发投入预计会一直保持增长。  关于智慧营销业务：近年来在行业结构调整、公司自身业务优化升级的影响下，公司会坚持将“技术+数据”作为该板块的未来业务转型升级方向，并在未来5G应用相关领域寻找和布局业务机会。  2019年第三季度，公司在中国上市公司协会所属行业已变更为：计算机、通信和其他电子设备制造业。随着5G、物联网时代的来临，未来公司将紧抓机遇，着力于在智能电源、传感器等智能硬件部件相关领域寻找更多发展机遇，为公司寻找新的业绩增长点，实现新的业务突破。  **六、今年公司业务和客户有什么新情况？**  公司2019年度新放量的客户主要是两家，一家是欧洲客户-EGLO，主要供应的产品是智能照明产品；一家是国内客户-怡化股份，主要是为其制造金融终端设备的部件。公司前期跟进这两家客户的时间还是比较长的，两家都是行业内大客户，其对供应链的管控非常严格，所以对供应商的选择会经历了比较长的考察周期，公司有多年服务国际品牌商的经验，公司是供应链管理能力、技术能力等方面的积累，以及公司在智能产品方面的研发，都为公司获取两家客户的订单助力不少。公司来自两家客户的订单放量是从第三季度开始，目前每月的量基本还是比较平稳的，预计有望成为硬件板块业绩增长点之一。  此外公司拓展的基站电源项目，目前也已经进入试产阶段，若进展顺利，预计有望成为明年业绩增长点之一。公司目前也还在围绕智能家居、智能硬件制造产品拓展其他客户，未来有阶段性成果后再向投资者们传达。 |
| **附件清单 （如有）** | 无 |
| **日期** | 2019年11月27日 |