

证券代码：002429

证券简称：兆驰股份

深圳市兆驰股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2020-004

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议（电话会议） <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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称 及人员姓名	平安资产管理：万淑珊，中信建投证券：陶胤至，九泰基金：涂万春，人保资产：蔡春根，中泰证券：周梦缘，中海基金：于航，兴业基金：徐立人等 86 名投资者。
时间	2020 年 4 月 20 日 15:30—16:30
地点	电话会议
上市公司 接待人员姓名	副董事长兼兆驰光元总经理：全劲松，总经理：欧军，董事兼财务负责人：严志荣，副总经理兼董事会秘书：方振宇
投资者关系 活动主要内容 介绍	<p>一、公司 2019 年度及 2020 年第一季度主要经营情况介绍</p> <p>2019 年度，公司稳步推进各项业务发展，实现营业收入约 133.02 亿元，同比增长 3.38%。得益于公司前瞻性的产业布局，以工匠精神长期坚持自主研发和创新，持续推进生产效率和运营效率的提升，实现了客户结构升级和产品品质升级，报告期内，实现归属于上市公司股东的净利润约 11.35 亿元，同比增长 154.77%。</p> <p>2020 年第一季度实现营业收入 26.19 亿元，同比增长 6.20%，归属于上市公司股东的净利润 2.01 亿元，同比增长 6.06%，各项业务有序推进，稳健发展。</p> <p>二、提问及答复概要</p>

（一）2019 年业绩快速增长的原因

公司 2019 年全年归属上市公司的净利润约 11.35 亿元比上年同期增长 154.77%，业绩增长较大的原因如下：

（1）长期产业布局，综合实力增强：公司经过多年的发展，已形成“家庭娱乐生态、智慧家庭组网和 LED 全产业链”三大业务板块。随着公司不断深度布局和耕耘，三大业务板块均在各自的领域中取得了行业领先的地位，综合实力不断增强，在“大者恒大，强者愈强”的趋势下，产业资源、客户资源都在向行业头部企业集中，公司长期产业布局形成的综合实力在 2019 年得到集中的体现；

（2）坚持自主研发，提升技术实力：公司长期坚持自主研发，注重研发体系的建立，在多媒体视听终端、通信产品、LED 产品等制造领域，掌握并储备了多项核心技术，如超高清量子点、4K/8K、OLED、超薄机型、全光谱健康照明、超高光效、量子点 On-chip 封装、低热阻倒装、Mini/Micro LED、5G 电视等，加之先进的产品设计理念和强大的产品整合能力，公司设计出的高利润的差异化产品，能够在价格、功能、外观等各方面满足客户的个性化需求；

（3）客户结构的升级：得益于长期的技术和产品的积累，公司实现了客户结构的升级。以 TV 为例，公司能够通过自主研发实现兼具电视硬件、结构、背光、板卡、电源和内容运行，公司的客户已经集中至多个行业的一线客户，比如沃尔玛等美国最大的超市、英国最大的电器超市迪肯等、国内我们是小米、海尔等一线品牌的主力供应商，海外品牌客户有夏普、松下和日立等客户。

（4）成本优化和效率提升：公司成立了集采中心，通过招标、竞价和集团综合管理，整体的采购成本得到了大幅优化，坚持标准化和信息化，使得物料采购成本大幅下降；同时，公司坚

持推动自动化和信息化，不断提升生产效率。

(二) 新冠疫情的持续，包括欧美东南亚疫情的蔓延对公司2020年经营业绩以及下游需求的影响情况

因为新冠疫情，公司延迟一周于2月10日复工，同时公司上下游企业也延迟复工，对经营产生一定影响，目前国外疫情爆发和第三世界疫情的控制情况都一定程度上会影响国内经济和公司的发展状况，按照公司原计划，预计今年业绩相比去年同期会有较好的增长，现在受疫情影响，我们一季度财务数据没有达到原预期，但还是稳健增长的趋势。后续二季度的具体影响目前还无法预估。

公司国内和国外的销售占比基本上在七比三。海外市场中美国、欧洲包括俄罗斯等地的销售占比较高，这三个市场的疫情恢复速度会较快，影响相对有限。我们也做印度、南美、非洲市场，但占比较小，2020年我们对产品结构做了调整，通过增加国内销售，增加欧美的销售比例，争取补回损失的销售额。

公司很关注国外的疫情情况，目前整体的市场需求是下降的，增量主要来自我们的客户。疫情对某些品类反而有促进作用，比如电视，我们和沃尔玛合作紧密，疫情期间，沃尔玛作为保障民生的综合超市被美国政府要求必须营业，而其他超市是停业的，疫情期间大家都选择在家能进行的娱乐活动，并且美国人民在疫情期间可以出门在市内采购，因此，我们和美国客户的订单大幅增长。同时，由于公司拥有 Roku TV, Google TV 和 Amazon Fire TV 等播控平台，能够提供海外智能电视的整体解决方案，因此公司在海外销售智能电视的占比也在提升。

(三) 年报一季报存货增量较大的原因

主要原因有几方面：

1、公司2月10号复工，是深圳第一批复工的企业，复工后公司意识到疫情可能会带来上游物料供应的问题，因为在疫情情

况下，复工容易复产难，除了订单之外，还需要上游供应商的配合。我们复工后在供应端做了充足准备，尤其是对电视的核心部件做了积极的采购，虽然一季度疫情严重，业绩没有达到我们预期水平，但仍然稳健发展，这和我们前期备货有一定关系。

2、公司每年四季度会例行做一些备货，一部分原材料四季度到货，另一部分一季度交货，呈现出我们一季度末库存上升。

3、我们存货的结构健康，增加的 9 亿存货中将近 7 亿是核心原材料，1 亿多是产成品。

（四）兆驰光元在江西的产能情况

兆驰光元第一期扩产 1000 条封装线，去年上半年布局完成，下半年全部达产。去年下半年兆驰光元就规划了第二期 1200 条封装线的扩产，原计划今年 3-4 月全部完成，疫情的原因整体进度往后平移一个月，公司做出了非常大的努力让疫情对扩产项目的影 响降到最小，预计 5 月底前基建、厂房装修及所有产线配套全部完成，二期产线现在已经在开始释放部分产能，预计 6 月底全部投产。

以前，公司的产品是按客户的要求进行定制，需要保持较少的库存，现在公司有标准化的产线，有 RGB 小间距和 Mini LED 产品，于是公司对销售模式重新定义，变革为以产定销，这一变化让我们 6 月底达产成为可能。

（五）兆驰光元在 RGB 部分的布局和产能规划

公司的 RGB 产品是从三五年前就已经开始布局，当时没有大规模运作是因为当时的市场相对垄断，正好 2018 年，小间距和 Mini LED 开始大规模发展，我们抓住了这一弯道超车的机会，开始和国际一线品牌厂商研发 Mini LED 倒装产品，公司前期一直在做产品研发、品质控制和招募人才等准备工作。2019 年 10 月份，兆驰光元正式成立了显示事业部，目前虽然疫情对 RGB 市场产生影响，但由于我们做的是 Mini LED 和小间距产品，反

	<p>而在市场销售方面没有太大滞后，我们认为在保持产品领先、品质领先和效率领先的情况下，还是有很大的机会。</p> <p>在产能布局方面，公司在第二期的 1200 条封装产线的扩产项目中，规划了 500KK/月的倒装产能和 2500KK/月的正装 RGB 产能，预计 4 月底逐步开始释放产能，6 月底前全部投产。</p> <p>（六）公司 LED 芯片量产进度，产能释放的规划</p> <p>兆驰半导体去年三季度开始量产，四季度处于产能爬坡的过程当中，今年一季度的疫情对兆驰半导体的芯片量产影响不是太大，现在半导体的产能释放到了 50%以上。</p> <p>红黄光项目方面，由于该项目是在公司已建设好的兆驰半导体的厂房中建设，只需针对项目需求进行部分改装，因此项目的进度会相对较快。整体推进进度预计在今年三季度初设备将陆续进厂，四季度开始投产。</p>
<p>附件清单 （如有）</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2020 年 4 月 20 日</p>