

证券代码：300870

证券简称：欧陆通

深圳欧陆通电子股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2020-001

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 checked="" 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	华宝基金孙鸾、东方证券江舟、朴道瑞富张富绅、招商基金陈西中、海富通基金杨宁嘉、盈峰资本张珣、睿亿投资王慧林、广发基金李治呈、常春藤资产程熙云、翊安投资张益锋、道仁资产陈跃雄、国金证券张炜 申亚楠 李凯（以上排名不分先后）
时间	2020年9月8日
地点	上海市浦东新区芳甸路1088号（紫竹国际大厦）
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理王合球、副总经理王越天、董事会秘书尚韵思
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、问：公司在客户验证和新产品拓展上有20年经验积累，相对来讲越来越明显，公司有什么战略方式进一步实现快速增长并保持快速增长势头？</p> <p>答：可以从两个维度来看公司未来增长路径，一是产品线。公司有三条产品线：电源适配器、服务器电源、充电器。公司未来会在20年经验积累的基础上开发更多的开关电源品类，开关电源是泛称，实际还有很多细分品类如：LED驱动器、OBC电源充电桩等，公司将根据市场发展趋势，继续拓宽产品线，支撑未来下游领域需求。</p> <p>二是客户下游应用领域。除目前已构成公司收入来源的八大领域外，公司会进一步拓展人工智能、新能源、生物识别等下游应用领域。</p> <p>2、问：公司谈下对快充的看法？</p>

答：快充技术是针对手机充电器的一项技术，以前的可拆卸手机应用的是把手机电池拆下来充电的技术，这和适配器不太一样，适配器产品适配的终端设备以前是没有电池的，所有设备供电都是通过适配器来实现，适配器的性能可以决定最终产品部分性能的好坏，比如屏幕、音响等，还包括产品互相之间的干扰。现在快充产品的功率逐渐提高，对公司技术平台来说可以向下兼容这个产品，这块业务对于公司是一个好的切入点，公司也会通过技术优势去开发不同市场的客户，拓宽产品应用领域。

3、问：电源适配器与传统适配器、服务器电源差异点是什么？公司与竞争对手产品差异性在哪？壁垒是什么？

答：电源适配器与服务器电源有很大差异，从功率上看，服务器主流电源的功率范围为 550W-800W，电源适配器功率相对较小，范围为 3W-300W。适配器电路结构相对单一，种类较少。而对于服务器来说，针对不同场景，电路结构不太一样，同时，为了更多地提高效率匹配终端的应用，服务器电源会有更多的软件应用，包括 MCU、DSP（数字信号处理器）技术，这是很大区别。

开关电源是技术和资金、管理密集行业，开关电源在大学没有设立专门专业，相关技术涉及集成电路、电力电子、电磁转换、高分子材料、软件编程技术等，是一个需要多学科交叉技术的行业。

对于开关电源行业来说，实践积累很重要，公司用 20 多年积累的技术覆盖包括适配器（功率范围为 3W-300W）和服务器电源（功率范围为 60W-3000W）在内的所有产品技术，拥有人才队伍及全功能的测试实验室平台，这就形成了公司壁垒。

与同行业其他公司相比，公司在适配器从业时间更长，接触客户更多，交易量更大，遇到的问题相对更多，这就形成技术上的壁垒。适配器看起来简单，但针对应用的产品种类有很多，公司积累大部分客户是细分领域的头部企业。这些客户对工厂体系的认证是需要时间的，公司通过客户的认证，再到具体项目的开发是需要一段时间的，而客户在配合过程中也会产生人力资源、时间成本和资金投入，公司一旦进入客户供应商名录，便不会被轻易替换，客户也是重要壁垒之一。

公司的产能配置能够满足国内外客户对产能的要求。

同时，质量管理对于管理密集型行业尤为重要，公司重视质量管理，通过长期积累，取得了多项安规认证、建立了丰富的产品系列，构成了同业竞争的壁垒。

4、问：公司有给北美机顶盒厂商供电源，这一块公司收入和净利润表现不错反映在公司订单是什么情况？

答：在疫情居家隔离背景下，催生居家产品需求，而对电子产品的需求主要体现在机顶盒、居家办公等方面。而上述增加的需求也会具体落实到每个产品增量上，市场倾向更集中于头部企业，公司是主力供应商之一。受益于订单份额的增加，

公司预计增加趋势下半年还会持续。

5、问：公司持续增长快于现有行业需求，公司是否是抢占台系厂市场份额？

答：开关电源是一个下游领域较为分散的行业，公司产品线宽，从产品线布局方面来看可以接触更多新客户，同时可以提高本身在行业内的竞争力从而得到更多的份额，对于不同的客户项目来说，需求差异是很大的。

6、问：公司和台达产品是否重合？产品是否有区别和差距？

答：开关电源品类很多，部分产品是存在重叠的。公司主要是根据客户对产品的要求，从技术上满足客户需求，从电源单体测试到配合客人整机测试，经过验证后进入客户新领域，最终以快速响应服务来提高市占率。

7、问：服务器电源是否是直接配合厂商做研发？合作方式是什么？

答：公司进行自主研发和设计，同时配合生产交付给客户，服务器电源和适配器都是根据客户需求，做研发测试认证，通过后进行量产提供终端产品，直接对应终端客户。

8、问：服务器电源目前体量占比小，未来占比是什么情况？

答：从国内外行业来说，数据中心需求在不断增长，同时公司已进入排名靠前企业如浪潮、星网锐捷、富士康供应链，会有比较乐观的展望。

9、问：2016年-2018年毛利率下滑，2019年上升，波动较大的原因是什么？

答：2017年-2019年毛利率分别为19.38%、17.69%、21.55%，2018年毛利率较低，主要是上游原材料异常涨价，整个趋势是大瓦数产品增加，高附加值产品比例增大，所以毛利率上升。2020年上半年毛利率21.73%，一方面是规模效应凸显，制造费用逐步降低，另一方面是产品结构逐步发生变化，服务器电源、电动工具充电器、电源适配器等大瓦数产品比例增加，带来了比较高的附加值。长期来看，毛利率是逐步往上走的。

净利率情况：2017年公司发生股份支付，股份支付影响期间费用；汇率变动对净利率有一定影响。

10、问：同业竞争模式是客户给出需求，公司送样、最后分配份额，一个项目是否给到一家厂商？产品差异在哪？

答：一般一个项目至少有两家厂商，主要比拼的是研发速度和响应速度，这是厂商技术研发的体现，也是能否拿到份额的关键因素。

11、问：从客户角度看，份额会是什么分配模式？价格是否会匹配到一个最低点？

答：不同客户模式不太一样，没有统一标准去制定份额。

12、问：公司电源是否是一个标准品或是定制标准品？

答：公司本身有标准品，作为定制化研发的基础，根据不

同客户的需求做不同程度的定制化。公司所有产品都是定制化。

13、问：定制化产品，定价模式是什么？

答：报价模式通常是成本定价。

14、问：以成本定价，如果原材料有大幅度波动，公司如何应对？短期对成本影响是否不可避免？

答：针对原材料价格的波动，公司有不同应对方法，如选取不同品牌开发多个方案，缓解原材料价格波动的状况；会有一个反应期，比如 2018 年原材料市场价格突变影响毛利。

15、问：公司产品会往高端去升级，从长期看，服务器电源和电动工具充电器毛利率目标会是多少？

答：这是一个规模效应，量化指标也会随着规模发生变化，呈线型增长关系。电动工具毛利率在现有数据已有体现，公司有会持续布局开发新客户。从长远看，服务器电源和电动工具充电器毛利率会是一个稳步增长态势。

16、问：产品定期降价的模式是什么？

答：没有固定的降价模式，主要根据不同产品的周期和客户与公司对产品的不同意见来确定。

17、问：是否因上游成本比较固定，所以毛利率比较趋于平稳？

答：是的。

18、问：服务器电源客户是否以国内为主？海外客户是否有拓展计划？

答：服务器电源是技术难度比较高，认证周期比较长的一个产品，公司计划在国内打牢技术基础，借助国内国产化机遇，继续拓展国内客户，形成一个好的增长态势。

19、问：国内客户如浪潮、富士康主要供应商有哪些？占比有多少？

答：服务器电源供应商最早是美系厂商居多，公司目前在追赶过程中，会继续扩大公司体量。

20、问：公司上半年外协生产比例是多少？

答：外协生产比例上半年维持稳定，做外协主要出于产能考虑。

21、问：汇率对前期利润影响显著，公司是否对汇率上升影响业务量有大概测算，上升到 20%左右又会影响多少？公司怎么对冲风险？

答：公司关注汇率影响。汇率风险是一个需长期面对的问题，公司尽可能从成本端、经营端做成本控制，如果汇率波动较大，整个行业格局都会发生改变，所以不管是客户还是供应商，盈利水平会保持在一个相对稳定的状态。

22、问：公司客户较多，下游领域广，在手项目体量有多大？

答：公司今年项目较往年有增长，项目来源于三方面，一是存量客户新项目，二是新客户的新项目，三是公司预研项目。

技术迭代以外，公司为促进未来业务增长，不断开发新客户寻求更多新项目。

23、问：老客户新项目迭代，是否是随着客户产品迭代，是否有固定周期？

答：周期不太明显，公司主要是按客户需求做定制，迭代也是根据客户每一代产品需求做更新。

24、问：这种迭代对应电源哪些参数在变化？

答：首先每一年对能效的要求在变化，对于效率的要求也在变化，其次是功率密度的变化，对产品的需求是轻便同时功率密度更高。服务器电源主要是一些软件的变化，再者行业上游也出现新器件技术，如第三代半导体器件，提高功率密度，减小外形尺寸，对应代替工号在改善。参数的变化一部分来自客户，一部分来自上游新器件推出，公司做出这些迭代跟踪设计。

25、问：公司有很多同行业公司，偏手机一点，公司客户偏专业设备类，同行怎么看待选择市场差别？

答：看每个公司发展路线和现实或对未来关注点不同来决定公司客户群及技术发展路线。

26、问：公司不做手机充电器的原因是什么？

答：手机充电器是一个很好的行业。公司正在对未来的领域做更多的拓展和研究。手机快充技术的推出，也是值得行业去开拓的，公司也为一些美系客户提供 PD 产品。

快充从以前 QC 3.0 高通技术发展到现在针对电池大电流的充电，公司前期也已布局这个产品线。

美国 USB 协会推出 PD 技术，向下兼容一些快充，从技术储备来说，公司可面对更多产品的需求，可以更好的整合对未来其他行业的应用，包括 PD 产品。

27、问：下游领域的壁垒是什么？

答：每个客户的每个领域都有自身需求和特点，公司切入也需时间。如快充主要应用于手机领域，除与 PD 技术结合外，用于笔记本电脑可能性不大，快充和适配器相互发展都有客户壁垒，技术壁垒同样存在，公司做定制化电源适配器和服务器电源，技术覆盖手机快充技术，市场壁垒对于公司是挑战，是未来需攻克的。

28、问：公司在研项目较去年增加很多，行业平均增速是 10%，公司抢占是小厂市场份额还是台系厂份额？

答：在研项目主要是客人新产品及公司对未来规划的产品，总体来说，公司是发挥陆系企业的竞争优势去向台湾的头部企业争夺更多的机会。

29、问：相对台资厂，毛利率差别不大，但净利率有差别，原因是什么？

答：各个企业期间费用发生不一样，大陆厂商运作模式与友商有区别，快速的反应速度一定程度上可降低成本。

30、问：公司抢占台系厂市场份额，大陆企业不管从人工

	<p>成本、管理效率都非常有优势，像国内企业长城也做服务器电源和 PC 电源，公司是否是与长城一起抢占台系厂份额还是抢占长城份额？</p> <p>答：中国长城做服务器电源时间比较久，现在格局是公司与长城一起去和台系厂竞争。</p> <p>31、问：公司服务器电源平均单价在 350 元左右，是否可以简单计算市场规模在 40 亿左右？</p> <p>答：服务器电源本身产品种类多，如 550W 单个产品从不同效率来说价格不一样，从铜牌-金牌-白金牌-钛金牌，就有很大价格区间，服务器电源覆盖 60W-3000W 瓦数段，种类差异和效率对价格有很多影响。</p> <p>32、问：公司电源适配器平均单价在 15 元左右，应用产品笔记本电脑及显示器价格是否差异大？PC 电源单价是否差异大？是否有一个价格区间？</p> <p>答：是的，差异非常大，笔记本电脑也是根据不同厂商不同技术指标差异比较大；没有太固定价格区间，因为是定制化产品，会根据不同定制要求评估成本和价格。</p> <p>33、问：笔记本电脑电源通常同时有几家供应商？</p> <p>答：笔记本电脑一般有三家供应商。</p> <p>34、问：公司前五大客户中，占客户采购比例是多少？</p> <p>答：以 LG 例举，公司与 LG 不同事业部都有合作，LG 各个分子公司有自有品牌及非自有品牌，每个公司在统计数据时数据源是分开的，取得独立数据比较困难，公司在 LG 某一项目或是某个单一产品类别是重要供应商。</p> <p>35、问：公司这两年拓展的客户有浪潮、星网锐捷、京东方，从客户角度看，是公司产品性价比高、服务更好还是做国产供应链替代？公司较现有供应商可提供优势是什么？</p> <p>答：响应速度及研发技术会吸引到客户，今年国产替代是一个好的增长点，前期技术开发和突破有难度产品都证明了公司的开发能力，从前期切入到国产化推行，这对公司是一个好的趋势。</p> <p>36、问：客户是代工厂性质，是由终端客户指定还是代工厂直接下单？</p> <p>答：都有，有些客户让代工厂决定，有些客户自己决定。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2020 年 9 月 8 日