

项目在进行中,基于与客户签订保密协议,具体项目不方便透露。

GaN 产品作为公司重要产品线,公司已做好相应的布局及研发储备,如 GaN 30W/45W/65W 产品都已进入试产阶段;未来,随着 GaN 技术的提升以及 GaN 产业链的成熟,以技术来推动 GaN 的应用,公司已做好准备来迎接 GaN 的市场。

2、对于手机厂商取消标配充电器的看法?

答:手机充电器行业赛道还有很大发展空间,苹果、三星取消标配充电器是机遇和挑战共存的:机遇在于苹果、三星目前不是我们的合作客户,但是他们很多产品采用的是通用的 PD 协议,取消后意味着各个厂商都可以做,有利于我们为品牌企业代工相关产品,和布局差异化的品牌产品;部分安卓可能会跟风取消,这对我们是挑战,从短期来看,国内手机品牌有自主的快充充电协议,不同手机品牌的充电器暂时实现不了相应的快充效果;但从长期来看,安卓也有可能取消标配充电器,比如小米 11 不标配充电器;但是小米 11 充电器以彩盒形式销售,而我们在彩盒业务方面也会有相应的项目;我们会根据市场的变化做相应的 TOC 产品研发和制造,以及差异化品牌布局。

3、公司自主品牌定义安卓市场还是苹果市场呢?

答:公司自主品牌定义主要根据充电协议来定,国内手机厂商一般有自主的快充私有协议,苹果、三星采用的是通用协议;基于公司与各手机厂商合作的标配充电器项目较多,如在安卓手机厂商授权情况下,公司在安卓市场的优势以及竞争力会更加突出,目前公司已经在做前期准备;苹果市场公司已经有相应产品上线,未来,随着渠道的开通,会有更多适用于苹果的产品推出。

4、关于公司竞争及大客户份额占比情况?

答:目前市场中关于手机充电器有标配和彩盒两种方案,目前暂无公开的彩盒市场数据,暂未统计大客户份额占比数据。在充分

竞争的手机市场中，手机厂商集中度在不断的增强，依据公司每年披露的市场占有率数据来看，公司的市场占有率在逐年提升；未来随着充电功率的不断提升，以及公司目前在布局的技术及渠道等，功率提升的过程中，会让公司在高功率的市场中获取更大的份额；经过多年的市场沉淀及深耕，公司在手机充电器领域积累了大量技术、经验和客户，在手机及物联网领域，公司的综合竞争优势都是相对明显的，是供应链中的优先选择。

5、公司手机充电器功率结构发展趋势、功率增长与成本的关系？

答：发展趋势：10W 以下产品相对稳定，预计 10-20W 会有所下降，20-40W 产品会进一步提升，40W 以上会有一定提升。随着功率的增加，充电器电路结构由简单逐渐复杂，产品的元器件也相应增加，元器件的选型也会有差异，成本相应的也是增加的，主要体现在材料上面，公司会在研发设计过程中降低产品成本。

6、公司毛利率水平以及项目毛利率下降幅度？

答：近年来，公司毛利率水平提升较快的主要原因是：一方面是行业集中度的不断提升；另一方面是公司规模化优势的体现。

毛利率的水平不是因为功率段存在较大的差异，总体而言，新项目量产后的毛利率会高一点；快充比普通充电器会高一点；不同客户同一功率的产品也会有微小差异。随着新产品的进一步量产，毛利率也会有一定的提升空间，随后，会有一个客户降价的过程，再就是产品的迭代升级，进入下一个产品生命周期。充电器产品结构功率的优化和提升会带来产品的毛利率提升。

公司所在行业比较透明，与客户的合作是产品、技术借鉴和提升的过程，也是实现共赢的过程，不同的项目会有不同的价格策略，行业的毛利率水平会保持一个动态的平衡。

7、公司产品的利润空间情况？

答：公司产品的定价方式为成本加成，客户根据产品原材料清单、

自身的需求量、人工成本和市场竞价等综合因素考虑，形成价格中枢并在此基础上进行策略调整；同时，根据项目会形成不同的成本策略及价格策略。

8、公司的竞争优势以及公司成本优势的主要来源和持续性？

答：公司的竞争优势主要体现在六大方面：大客户开发及服务能力、研发创新和产品创新能力、规模化制造能力、高效的供应链管理能力和快速响应能力、产品品质保障能力。

在保障客户的需求的前提下，在研发设计阶段降低成本；同时，公司在持续不断的获取新项目资源。基于规模化优势方面：公司具备较大的产出规模和占据较大的市场份额，常年保持较大的原材料需求，使得公司与上游供应商的合作中拥有较强的议价能力，可在一定程度上降低原材料、设备采购价格，提升产品的成本优势。同时，公司通过规模化的经营，提高了设备利用率和员工熟练程度，从而提高生产效率、降低材料损耗，达到降本增效的目的；另外，国外生产基地由于实现本地化制造，不仅人力成本及土地成本低廉，而且规避了贸易壁垒，可以免除产品进出口环节所需的复杂手续以及较为高昂的进出口关税，可降低产品成本。

9、公司业务拓展中情况、客户订单份额提升空间及天花板？

答：公司上市之后，在客户拓展过程中，市场对于公司的技术、制造等综合竞争实力情况比更加了解，客户拓展相对之前会更加容易；同时，公司自主选择客户的权利也在加强。通过加强自身的产品创新和研发创新，以研发和技术沉淀作为平台，持续不断的拓展新客户。

根据市场调研机构 BCC Research 于 2018 年 8 月发布的报告数据显示全球智能终端充储电产品市场规模预计到 2022 年将达到 240.65 亿美元。随着智能终端产品的技术升级与应用场景的增

	<p>加，智能终端充储电产品的使用将进一步得到释放。</p> <p>公司目前在全球的手机充电器市场占有率达到 14.5%，具有较大的增长空间；目前，已成为小米、vivo 等客户的主要供应商，仍在持续深入合作中；行业集中度的不断提升，公司的市场份额也将得到提升。同时，公司在小米生态链、华为生态链、亚马逊及谷歌智能物联设备等客户中进一步拓展产品应用领域。2020 年，OPPO、谷歌等客户的充电器出货量有了明显的提升。</p> <p>2021 年，公司除了继续在手机充电器领域深耕之外，还将持续在 PC 电源、动力能源、网络能源、适配器、TV 电源、小家电等非手机领域布局。未来物联网产品的爆发，相应领域会成为公司的增长点。在物联网时代来临之前，公司已做好相关研发技术等准备，迎接物联网时代的来临。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2021 年 3 月 22 日