

证券代码：002937

证券简称：兴瑞科技

宁波兴瑞电子科技股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2021-005

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 <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
参与单位 名称及人员姓名	1、南方基金：孙鲁闽 2、上海集元资产：王海军 3、东方证券研究所：唐权喜、李晓晨 4、景泰利丰：吕伟志 5、上海信托：杨屹 6、博泽资产：周胤 7、明亚基金：边悠 8、弘康人寿保险：王荣 9、上海博道投资管理：姚铁睿 10、华宝基金：贺喆 11、顺沅资产：邓永明 12、中银基金：王寒 13、中融基金：金拓 14、东恺投资：李威 15、个人投资者：江舟
时 间	2021年3月25日晚上19:30-20:30
地 点	浙江省慈溪市长河镇芦庵公路1511号

<p>上市公司 接待人员姓名</p>	<p>董事长张忠良先生，董事会秘书、副总经理周顺松先生，董事、 副总经理张红曼女士</p>
<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>本次投资者关系活动的主要内容如下： 1、介绍公司主营业务、近期经营状况 2、解读公司《2020年年度报告》关键财务数据</p> <p>问题 1、公司 2020 年业绩说明及 2021 年展望？</p> <p>回答：</p> <p>兴瑞科技是一家精密零组件制造及研发企业，产品涵盖电子连接器、结构件、塑料外壳、镶嵌注塑件等，广泛应用于家庭智能终端、汽车电子及新能源汽车以及消费电子等领域，致力成为全球精密制造领域领先的系统化方案提供商。</p> <p>2020 年，兴瑞科技实现销售收入 10.4 亿元，同比增长 1.65%，结构上，消费电子下降 19.06%，主要是传统的 OA 等产品，战略上是作为我们的现金奶牛。家庭智能终端业务实现销售收入 4.86 亿元，同比增长 9.51%；汽车电子及新能源汽车业务实现销售收入 2.47 亿元，同比增长 20.31%。整体结构发生了变化。</p> <p>2020 年，公司净利润实现 1.27 亿元，同比下降 7.98%，但是扣非净利润 1.20 亿元，基本和 2019 年持平。扣非的差异在于 2019 年包含政府补贴等 1872.11 万元及受汇率波动影响，公司汇兑损失较大。虽然因疫情因素，销售收入未能大幅上涨，但是我们内部结构发生了变化，整体保持相对良好的状态，</p> <p>2020 年一季度销售收入达 2.11 亿，二季度达 2.48 亿元，三季度达 2.78 亿，四季度达 3.02 亿元。2 季度开始，新能源车开始上量；4 季度开始，汽车电子产品线销售占比提升到 30%左右。新能源汽车，生命周期是 7-8 年，而销售趋势是，只要终端市场销售回暖，它是一个项目接一个项目直接上量的，这个趋势是比较鼓舞人心的。</p> <p>家庭智能终端由于疫情因素，与预期相比受到了一定的影响。一是总需求下降，因为缺少安装人员，网管和机顶盒业务是下降的。当然每家客户表现不一样。前期的产能布局，2020 年，印尼公司已完成冲压功能的筹建，越南公司在第三季度末开始量产，今年目标和期许是非常高的。当然我们新项目和新订单的落地是非常强劲的助力。</p> <p>2021 年，我们对公司业绩的增长抱有很强烈的愿望和信心，预测销售收入与净利润会增长 15%-40%。</p> <p>问题 2、听说公司开发国际上的新能源巨头客户，有没有什么可以透露的地方？</p> <p>回答：</p> <p>大客户战略是公司一贯的策略，如 TV 调谐器精密零组件，当时已做到全球 60%的份额，形成了高品质体系。我们的客户无论是家庭终端、消费电子还是汽车电子，客户都是行业头部企业。家庭智能终端领域的客户包括仁宝电脑（CBN）、康普（Commscope）、金宝电子（Compal）、鸿海精密（Foxconn）、和硕（Pegatron）、萨基姆（Sagemcom）、特艺集团（Technicolor）等头部企业；汽车电子及新能源汽车领域的客户</p>

	<p>主要包括阿尔卑斯 (Alps)、博世 (Bosch)、海拉 (Hella)、日本三菱 (Mitsubishi)、松下电器 (Panasonic)、夏普 (Sharp) 等国际化大公司；消费电子领域的客户主要包括三星 (Samsung) 和索尼 (Sony) 等知名企业。</p> <p>大客户战略，一方面是考虑到大客户在市场上引导着消费、技术潮流，跟随大客户激励我们更好的定位市场和技术的方向。因此在发展客户的思路，头部电池厂、主机厂和 Tier 1 厂商都是我们的目标方向。开拓头部大客户，一直都是我们最重要的战略方向，但涉及到披露和商业上明确的要求，暂时还不方便过多展开。</p> <p>问题 3、东莞工厂新能源产能的扩充情况及 2021 年资本开拓的规划？</p> <p>回答：</p> <p>2020 年 12 月 29 日东莞新工厂举行奠基仪式，产能主要是为家庭智能终端的云服务器，去年疫情因素，服务器组件方面增长超过了预期，客户有一定的期许，第二个方面是新能源汽车电子，主要区域市场是在珠三角，包括珠海松下、欧姆龙等等区域市场，产能规划主要服务松下为主。整体进度安排预计今年年底完工，涉及到变更，预计明年上半年安排。慈溪区域规划新购土地，在新工厂投入前在目前工厂里面进行厂区内部分布调整，提升产能以满足客户订单的增长需求，按照 BDU 镶嵌注塑的产能，工厂主要除了研发投入外，以日式单元 BLOCK 的模式采取高度智能制造的模式来，目前技术和样本车间在慈溪工厂可以看到，新的场地会更加智能化，更加精益化，力争打造行业标杆工厂。</p> <p>资本开拓规划：资本投入会比 2020 年高，无论是越南、印尼还是国内，产能释放会迅速上升，客户订单对我们的期待还是非常饱满，我们希望能够满足客户的需求，把现金变成产能，在稳健的基础上实现高增长，在投资发展中让财务指标向好。</p> <p>以上内容未涉及内幕信息。</p>
附件清单(如有)	/
日期	2021 年 3 月 25 日