

证券代码：300790

证券简称：宇瞳光学

东莞市宇瞳光学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	☒ 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 （请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	华创证券研究所 长盛基金管理有限公司 国泰基金管理有限公司 东方证券资产管理有限公司 鹏华基金管理有限公司 浦银安盛基金管理有限公司 中庚基金管理有限公司 上海高毅资产管理合伙企业（有限合伙） 诺安基金管理有限公司 平安基金管理有限公司 招商基金管理有限公司 工银瑞信基金管理有限公司 建信基金管理有限责任公司 汇添富基金管理股份有限公司 银华基金管理股份有限公司 中国国际金融股份有限公司 中信证券股份有限公司 岳阳、郭一江、李娜 杨秋鹏、郭堃、王远鸿 张阳、饶玉涵 王维 施钰 韩冬、刚登峰、虞圳劬、张明宇 董威、杨鸿达 赵楠、秦闻、郑敏宏、褚天舒、朱胜波 张传杰 罗迟放 张伟民 朱春禹、季清平、翟森 陈西中、王若擎、张大印 任燕婷、马丽娜、杨柯、黄安乐、欧阳凯、单文、胡志利、赵宪成、农冰立、李昱、林念、曾剑宇 赵兵兵、李登虎、姚锦、姜峰 张朋、赵鹏程、马磊、夏正安 刘一隆、刘宇尘、陈晓雅、向伊达 杜渊鑫 晏磊

	中欧基金管理有限公司 博时基金管理有限公司 华安基金管理有限公司 中银基金管理有限公司	袁维德、金旭炜、冯炉丹、成雨轩 蒋娜、李昂、曾鹏、黄继晨 吴运阳、蒋璆、刘畅畅 欧阳力君、袁哲航、王伟
时间	2021 年 4 月 28 日	
地点	电话会议	
上市公司接待 人员姓名	董事长张品光、副总经理兼董事会秘书陈天富	
投资者关系活动主 要内容介绍	Q1:各类光学镜头整体的市场需求结构是什么情况？公司镜头有哪些主要类型？ 根据 TSR 行业分析报告，除手机镜头、车载镜头外，全球视频镜头的出货量分布大致为：定焦镜头 80%，小倍率变焦镜头 17%，大倍率变焦镜头 3%。公司主要产品为定焦镜头和小倍率变焦镜头，因其市场需求大，公司出货量占比超过市场出货总量的 30%，市占率较高。近年来，新兴的消费类镜头需求增长较快，消费类镜头主要用于家庭门禁、家庭摄像机、白色家电（如电视机、扫地机）等家庭场景，此类镜头主要使用定焦镜头，市场潜力很大；专业类镜头主要应于传统专业公共安防，机器视觉增长较快，公司的专业类产品在无人机、视频会议、运动 DV、AR/VR 等领域也有应用；车载镜头因其特殊性也可以划分为独立的专业板块，车载摄像头作为自动驾驶的视觉传感器，是智能汽车的硬件基础之一，环境条件更为严苛，也相应具有更高价值量，随着智能驾驶的发展，车载摄像头市场十分巨大。 Q2：公司一季度业绩大幅增长的原因是什么？二季度及全年增长预计是什么情况？ A：一季度公司实现销售收入 44,124 万元，净利润 5,752 万元，较上年同期增长 97.49%、218.92%，主要原因有：1、市场需求旺盛，销售规模增长较快；2、规模效应凸显，单位成本降低；3、产品结构改善，高清产品占比有所提高。 二季度订单饱满，上年同期受疫情影响基数较低，仍将保持高速增长，上年三、四季度行业恢复性增长，较接近常态，我们预计今年三、四季度增速不及一、二季度，从历史数据来看，三、四季度是行业旺季，营收、利润均高于一、二季度，合理预期全年业绩实现较快增长。 Q3:消费类产品增长较快的原因是什么？是否具有持续性？ A：消费类产品大家较熟悉的是以海康萤石、大华乐橙、华为海雀、小米小蚁、360、Tp-link 等家用视频摄像机形态出现，前期因担心个人隐私等问题使得此类产品应用推广缓慢。通过多年的市场培育，特别近年来运营商、互联网企业对消费习惯的引导及消费观念改变，家用摄像机、门禁（人脸识别）、白色家电（电视机、扫地机）应用增速较快，视频产品将走进千门万户，市场前景十分广阔。我们认为，消费级市场尚处于起步阶段，今后 5G、	

	云存储等通讯、大数据技术推广应用，更好地解决传输、存储问题，用户体验更好，消费级市场将保持长期较快扩张。 Q4:消费类产品使用定焦镜头中较低端镜头，是否意味着较低的毛利率？同时其他竞争对手或实力较弱的同行也能很容易进入？公司在竞争中有何优势？ A:目前主流的消费级产品像素主要集中在 200 万像素，部份使用 400 万以上像素，200 万像素定焦镜头目前属于低端产品，单价、毛利率较低，友商有能力参与竞争。 消费级市场中，公司主要优势：一方面，消费级市场容量庞大，行业头部企业、运营商、互联网等大型企业对接镜头批量供应能力要求高，公司依靠强大的生产能力在满足大批量供货方面优势明显；另一方面，消费升级对产品品质要求将逐渐提高，比如，主流的消费级产品向 400 万或更高像素演进，部分竞争力较弱的厂商可能出局，产品升级会导致竞争格局和产品毛利率发生变化，竞争力较强的企业将占据更多的市场份额。 Q5:公司消费类产品占出货量的比重约为多少？ A:公司的定焦镜头产品通用性较强，既可用于生产消费类摄像机，也可用于生产专业类摄像机，镜头供应给下游客户后，除了诸如 TP-link 等少数客户专门用于生产消费类产品外，大部分客户镜头的最终用途难以穿透、分辨，因此，无法准确统计消费类产品的出货量占比，初略估计消费类产品出货量占比约 30%，营收占比约 20%。 Q6:公司在海康、大华和其他客户的营收占比约为各 1/3,一季度对海康、大华销售增速很快，原因是什么？预计未来前述客户结构是否会发生变化？ A:一季度对海康大华的销售增长较快，主要原因是市场需求旺盛，去年上半年因疫情影响，海康大华出口受物流限制，今年同比增幅较大，公司对其供货同时增长。目前海康、大华和其他客户的营收占比约为各 1/3 的格局没有明显改变，未来，消费级产品放量增长、车规级镜头投放市场，营收在不同客户之间的占比将发生相应变化，其他客户的营收占比有望提升。 Q7:公司变焦镜头的出货量占比逐年降低，是什么原因？公司在大变焦镜头研发、生产方面有计划？ A:变焦镜头出货量占比每年降低，主要原因是市场对定焦镜头需求的增长速度快于变焦镜头。公司定焦镜头和小倍率变焦镜头的市场占有率较高，大变焦镜头是公司短板。公司主营业务健康较快发展，业绩逐年增长，上市后吸引了不少行业精英加盟，加之前期的积累沉淀的技术储备以及多年持续资本性投入为公司生产经营打下了坚实的基础，业务布局更加清晰。公司大力展开大镜头系列产品的研发，研发项目与主要客户密切沟通，预计今年三季度有新产品产出，明年开发出更多大镜头产品，争取用二年左右时间补齐短板，创造更高价值。 Q8:车规级镜头业务现状如何，公司进入车规级市场是否会存在技术壁垒，有哪些优势和困难？ A:车载镜头，公司进行前期技术储备，并通过了 IATF16949 汽车质量管理体系认证，目前主要应用于倒车影像、行车记录仪、停车场管理等后装市场，尚未进入前装市场。在车载镜头方向公司的目标是前装市场，公司与主要客户已有业务合作，但进展缓慢，目前正进行具体项目的沟通与研发。 车规级摄像头需要在高低温、湿热、强微光和振动等各种复杂工况条件
--	--

	下保持稳定的工作状态，对稳定性、耐久性要求高，具有更高的安全等级要求和工艺性能要求，但不会对公司研发、制造车规级产品形成障碍，公司具有高水平的研发团队和强大的制造能力，并已掌握关键零部件制造技术。考虑到安全因素，车载零部件厂商进入汽车厂商市场体系获得评级需要更长的认证周期，短期内车载镜头前装市场对公司业绩不会产生影响。 Q9：专业安防行业景气度提升，叠加新兴的消费级市场，市场对光学镜头的需求有望较快增长，公司在产能方面有什么安排？ A: 公司根据市场需求增加产能并依据发展趋势适度超前留出余量，当前最大产能约 2200 万只/月，预计 6 月份后达到月产 2500 万只镜头，年底达到月产 3000 万只。 Q10：公司产能扩张较快，资本性开支连续多年密集投入，继续扩大产能是否有融资需求，是否有再融资安排？ A: 公司扩大产能购置配套生产设备及计划下半年在全资子公司扩建约 40000 平方米工业厂房，有资金需求，优先考虑向银行等金融机构借款，本轮定向增发完成后，可减轻资金压力，暂无权益融资安排。 Q11：2022 年业绩增幅能否保持或高于 2021 年，未来 3-5 年预计增长幅度达到什么水平？为什么？ A: 今年业绩预计增幅较高，有去年基数偏低因素的影响，长期来看，公司业绩增长与行业增长的趋势保持一致，但增速高于平均增幅；我们预计 2022 年增幅可能不及 2021 年，但未来 3-5 仍将保持 30%-40%左右的增长率，主要发展逻辑是光学镜头应用领域更加宽广，产品应用从城市下沉到村镇、从机关企事业单位延伸到家庭，并伴随智能驾驶发展对车规级镜头形成的巨大需求，为行业发展提供广阔天地。就公司而言，具体措施是：1、消费类产品需求放量，增量市场带来新的增长点；2、优化产品结构，提升定焦镜头中高清产品比重；3、大镜头研发生产销售，增加新的业务收入；4、精密模具中心项目的建成，将为公司带来直接和间接效益；5、积极拓展海外市场，提升海外业务；6、抓紧布局车载镜头，为公司中长期发展提供充足动能。
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 4 月 28 日