

## 东莞市奥海科技股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

股票简称：奥海科技

股票代码：002993

编号：2021-005

投资者关系活动类别	<input 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 type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他(电话会议)
参与单位名称及人员姓名	国金证券：刘妍雪      天弘基金：申宗航、张磊 华夏基金：王晓李      长城基金：刘疆、杨维维 海通自营：何粮宇      景泰利丰：吕伟志 寻常投资：杜凡        标朴投资：周明巍 汇鸿国际：刘维征      沃珑港资本：刘金磊 远惟投资：熊胜江      宽远资产：陆忆天 民生通惠：黄岑安      睿柏资本：劳逸华 源乘投资：胡亚男      交银康联：郭昊
时间	2021年5月13日 15:00-16:00
地点	电话会议
公司接待人员姓名	董事会秘书：蔺政                      投融资部总监：金磊 证券事务代表：蒋琛                    投资者关系专员：刘颖

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>1、充电器产品定价方法是什么？以及手机充电器产品功率段的占比情况？</p> <p>答：充电器产品的销售价格随着产品功率结构的优化而提升，产品单价是根据客户不同机型进行成本加成的模式进行定价，再根据市场销售情况进行策略调整。</p> <p>2020 年公司手机充电器产品功率主要集中在 10-20W；今年 10-20W 的产品预计会逐渐过渡到 20-40W 为主。</p> <p>2、2020 年安卓系手机厂商标配充电器功率快速增长，公司产品结构没有与手机厂商功率增长匹配的原因是什么？</p> <p>答：公司以客户需求为中心，手机品牌厂商高端机型占比较小；公司在高功率产品的研发技术和产品均已布局。</p> <p>3、2020 年与 2021 年功率提升的幅度情况？</p> <p>答：根据公司产品功率情况来看，今年 10-20W 的产品预计会逐渐过渡到 20-40W 为主，产品功率的提升是一个逐步的过程，2021 年的产品功率会比 2020 年提升幅度更高。</p> <p>4、关于公司开拓头部 PC 领域客户的计划？</p> <p>答：Canalys 数据显示 2021 年笔记本电脑和平板电脑出货量超 4 亿台，PC 电源的功率主要集中在 45-240W 之间，零售价格集中在 150-300 区间，制造厂商出厂价约为零售价格的 1/4-1/3 暨 50-100 元，竞争对手包含台达、光宝及群光等；公司现有产品（如 65W GaN、200W 等）可直接运用在 PC；大客户的导入周期（客户认证、试产、量产等）大概需要一年半左右的时间；目前已经开拓的笔记本电脑客户有华为、华硕和小米，公司将依托于现有的业务及技术进行 PC 领域头部企业（联想、惠普和戴尔）的拓展。</p> <p>5、公司关于 PC 电源的方案是否为碳化硅？以及 PC 厂商对于采</p>
----------------------	--

用 PD 电源是否会有顾虑？

答：公司 PC 电源产品功率主要分布在 45W-200W，公司部分产品采用 GaN 方案；从公司层面来看，PC 采用 PD 充电器没有问题，PD 充电器更具有便携性；同时，公司在供应链及研发技术上更加具有优势。目前，MacBook 标配 USB-C PD 电源适配器。

6、在 PC 电源领域相较台企的优势？

答：在公司手机充电器业务基础之上，公司在 PC 领域的业务的开展的优势主要体现在供应链和高效运营。

7、原材料涨价给我们的影响？

答：2021 年，公司充电器产品原材料中的 IC 和 MOS 等器件，存在一定的涨价情况，但这是行业今年普遍需要应对的现象，公司会面临一定的经营管理压力；但是，公司获取业务的机会也会增加。面对原材料涨价问题，公司首先与供应链企业保持战略合作的关系；同时，在客户端会进行价格传导。

8、公司募投项目进度？

答：募投项目在正常推动，项目投产本身也是一个陆续实现的过程；东莞“智能终端配件(塘厦)生产项目”目前在陆续投产，预计年底全部投产；“无线充电器及智能快充生产线建设项目”中智能快充生产线预计今年达产，整体项目目前处于基础设施建设当中，江西项目预计明年会有产能释放；“研发中心建设项目”已投入超过 50%，硬件已基本到位。

9、公司今年产品出货量情况？

答：手机行业集中度越来越高，目前公司订单正常，今年公司主要业务集中手机客户；同时，公司依托手机供应链拓展其他客户品类，依靠公司综合竞争力在 PC 电源、动力工具电源、TV 电源有所突破。

10、目前客户拓展情况？

答：目前，手机版块客户没有较大变化，新项目在持续增加；在 IOT 版块，谷歌、亚马逊出货量同比增长较好，以及科大讯飞、大疆及联迪客户的深入合作。

在电动工具版块，根据研究机构 EVTank、伊维经济研究院联合中国电池产业研究院共同发布的 2020 年电动工具出货量数据显示，2020 年全球电动工具出货量达到 4.9 亿台，同比增长 5.3%；电动工具主要品牌有 TTI、博世等，电动工具电源功率分布在 30W-1000W 之间，主流功率在 100W-200W 之间，行业内主要竞争对手有天宝、飞宏等，公司目前已导入锐奇等客户。

11、PD 快充产品与其他产品是否可以共用产线？66W 快充产品和 120W 是否已经量产？

答：PD 快充产品与其他充电器产品可以共用产线；66W 及 100W 以上均有成熟产品。

12、公司手机充电器产品市场空间和规模？以及公司核心竞争力？

答：尽管手机厂商不标配的因素客观存在，但是公司立足在便携充储电产品的基础之上，将产品应用到其他领域；维持现有手机充电器产品市场份额，同时利用现有业务与技术赋能其他电源领域（PC、动力工具、IOT、TV、网络能源与新能源汽车等）。

公司的六大核心竞争力：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、产品品质保障能力六大核心竞争力。

13、公司对于自有品牌的培育计划？

答：公司目前的渠道建设（天猫、京东和拼多多）已完成，陆续会有新产品推出，公司品牌将以“极致性价比、大流量”的

	策略进行；目前还处在前期的阶段。
附件清单(如有)	无
日期	2021年5月13日