

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：2021-006

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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)</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>富达基金 Jason Fu</p>
<p>时间</p>	<p>2021年5月14日 11:00-12:00</p>
<p>地点</p>	<p>电话会议</p>
<p>公司接待人员姓名</p>	<p>董事会秘书：蔺政 证券事务代表：蒋琛 投资者关系专员：刘颖</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>1、目前及未来驱动公司收入增长的主要因素？ 答：公司以技术立企，注重智能制造，提供智能、高效的充储电系统解决方案，公司产品已在智能手机、PC、IOT 等应用领域与众多头部企业建立了稳定的合作关系。 未来，公司收入增长的主要驱动因素有： （1）手机领域：得益于头部品牌的进一步集中，公司与部分头部品牌长期稳定的业务合作，带动手机充电器出货量不断提升；快充技术的持续升级迭代，公司高功率手机充电器的进一步量产与交付，带动公司充电器产品单价的不断提升；如快充出货量以 20W 左右功率为主逐步提升到以 30W 左右功率为主。</p>

(2) IOT 领域：依托于公司在手机充电器领域的技术、规模及效率等优势，公司已在网通、安防、小家电等应用领域与众多 IOT 品牌客户建立了稳定的业务合作，如公司在亚马逊、谷歌等客户的充电器出货量显著提升。

(3) 大功率充电器领域：随着公司在手机充电器领域的深耕，以及公司不断投入资源开发更多大功率充电器产品，公司 65W、200W 等充电器产品在 PC 领域带来明显的业绩提升；公司已布局动力工具、TV 电源、网络能源等重点发展领域。

(4) 无线充电领域，公司持续关注无线充电技术和市场应用，自 2013 年起开始布局并申请了多项无线充电技术专利，多款无线充电产品陆续交付予墨菲、公牛等品牌客户；目前，公司进一步布局无线充电板块，积极投入资源于研发团队、客户拓展等，为后期无线充电市场的集中供给方案铺垫，实现有线和无线的有效融合，进一步加强公司的综合竞争力。

2、快充迭代下的市场机会？

答：一方面，根据市场调研机构 BCC Research 发布的报告数据显示，2022 年全球有线充电器市场规模将达到 114.31 亿美元（约合 743.02 亿元人民币），其中普通充电器市场规模达到 86.88 亿美元（约合 564.72 亿元人民币），占比为 76%，快速充电器市场规模达到 27.43 亿美元（约合 178.30 亿元人民币），占比 24%。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，每个功率段的迭代需要 3-5 年时间，全球有线充电器市场规模稳定增长，快速充电器增长显著，公司在有线充电器尤其是快速充电器市场具备快速发展的市场机会。

另一方面，公司依托于手机电源行业的深耕，当产品迭代到较高功率时（如 100W），可以应用于 PC、大家电、电动工具等

	<p>不同应用领域。</p> <p>3、不同功率的价格变动情况？目前成本变动情况及价格调整模式？</p> <p>答：充电器产品的销售价格随着产品功率的增加而提升，产品单价是根据具体产品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。通常情况下，功率越高，产品单价越高。</p> <p>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，这是行业今年普遍需要应对的现象；同时，供应链的涨价压力，使得公司在供应链竞争中获取业务的机会增加，公司亦会面临一定的经营管理压力。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。</p> <p>4、动力工具版块对公司的贡献较小的原因及未来贡献机会有多大？</p> <p>答：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，未来在TTI、博世等头部企业实现逐步拓展，预计动力工具版块给公司带来业绩贡献的空间较大。</p> <p>5、公司所处行业的竞争格局？</p> <p>答：手机品牌从原有的百花齐放到目前的不断集中，带来手机充电器等配件行业也在不断集中，公司也在不断承接这一转变趋势并提升手机充电器的市场份额。手机配件产品产能逐渐由</p>
--	--

	<p>欧美企业、台湾企业逐渐向大陆企业转移，在这种趋势下不断提升公司的业绩和产值。在专注的过程中实现公司的研发竞争优势、供应竞争优势和效率竞争优势等，以及获得更多的业务机会。</p> <p>尽管手机厂商不标配的因素客观存在，但是公司立足于便携充电产品的基础之上，将产品应用到其他领域；一方面持续提升现有手机充电器产品的市场份额，同时利用现有业务与技术赋能布局其他电源领域，如 PC、动力工具、IOT、TV、网络能源与新能源汽车等。</p> <p>6、其他企业进入公司所处行业的看法？</p> <p>答：进入充电器行业的主要壁垒包括技术壁垒、产品强制认证壁垒、客户资源壁垒、资金规模化壁垒和人才壁垒等。例如，60W 以上充电器产品具有一定技术壁垒；客户开发周期通常为 0.5-3 年，部分大客户周期超过 3 年。伴随着行业集中度的提升，很多小厂已不具备上述条件并退出市场；未来，进入前端市场面临的竞争挑战更大。</p> <p>7、公司在维持竞争优势所做的努力？</p> <p>答：首先，公司在现有业务与技术的基础上拓展其他领域，如 PC、动力工具、IOT、TV、网络能源与新能源汽车等；其次，在技术端，公司注重研发创新与产品创新，以及在研发技术和团队实力上不断沉淀和积累；公司通过以上两个方面实现结果，凸显企业竞争优势。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2021 年 5 月 14 日