



	招商资管：何怀志 仙湖投资：刘弘捷 顺领资产：蔡增光 懿德财富：鲍志铖 鸿商投资：邵飞	长江资管：杨杰 磐厚资本：钱监亮 巨曦资产：朱登科 金华阳投资：覃英
<b>时间</b>	2021年6月18日 14:00-15:00	
<b>地点</b>	电话会议	
<b>公司接待 人员姓名</b>	董事会秘书：蔺政 证券事务代表：蒋琛	投融资部总监：金磊
<b>投资者关系活 动主要内容介 绍</b>	<p>1、苹果取消标配充电器后，安卓手机厂商是否也会跟风？</p> <p>答：目前来说，正式取消标配充电器的只有苹果和三星，小米、vivo、OPPO等安卓手机品牌并未正式取消，预计短期内也不会取消。究其原因，安卓手机品牌有自主的快充充电协议，不同手机品牌的充电器之间暂时实现不了相应的快充效果。从长期来看，即便会取消标配充电器，我司也有相应布局。一方面，与现有客户在更多产品线和产品种类上进行深入合作；另一方面，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。与此同时，持续布局差异化的品牌产品，进一步拓展自主品牌市场。</p> <p>2、五月份安卓手机客户订单有一定的下收，对于公司二季度业绩的影响？</p> <p>答：公司目前没有收到客户减少订单的安排，各方面生产经营正常。公司营收同比及环比相对较好，不过二季度本来也是传统淡季。</p> <p>3、公司自主品牌充电器在京东、亚马逊等线上销售情况，消费者反馈如何？</p>	

答：公司目前拥有两大自主品牌。一个是 Aohi 品牌，定位于差异化的竞争方案及高端品牌，对于产品品质、结构、设计均有较高要求。另外一个为移速品牌（move speed），定位于大流量、高性价比产品。该品牌最早以 U 盘等存储类产品为主，目前已经逐渐扩展到其他存储类产品。然而，不论是品牌还是渠道、产品设计还是创新都需要一定的过程。

经了解，消费者对于公司自主品牌产品整体反馈较好。以 Aohi Magcube 30W PD 快充头为例，其体积刷新了现阶段同功率产品的体积功率比，却有 30W 的功率，看似低调，却集便携、智能、实用和科技感于一身。

4、国产品牌客户的快充升级速度？公司产品功率情况及在研项目。

答：手机充电器已从原来的 2.5W 升级到现在的 20W。从应用与普及来看，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。

公司在 30W、33W、40W、66W、67W、67W GaN、120W 等高功率产品的研发技术和产品均已布局。根据客户需求情况，随时可以量产。

5、原材料涨价、芯片缺货对于公司二季度的经营是否有压力？

答：2021 年，公司充电器产品部分原材料，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；同时，公司获取业务的机会增加，虽然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。

6、公司从手机向动力工具领域拓展，动力工具的市场空间有多大？公司未来的份额目标？

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，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，并且动力工具版块给公司带来贡献的空间较大。

7、公司对于未来 2-3 年在手机及其他领域的规划？

答：手机领域：虽然三星、苹果不是我司的客户，但是其取消标配后，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。另外，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。

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。

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。

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。

8、无线充电技术储备、产能储备及客户？

答：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

	<p>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。</p> <p>9、公司募投项目进展情况？</p> <p>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”目前正在陆续投产；江西“无线充电器及智能快充生产线建设项目”中五条智能快充生产线已经投产，五条无线充电器生产线待基础设施建设完毕后会陆续投产；“研发中心建设项目”正在建设中，预计在今年建成国家 CNAS 认证实验室。</p> <p>10、汇率对于公司的影响？</p> <p>答：原材料涨价和汇率波动均会对公司利润造成一定影响。公司一方面与客户进行深入的沟通和交流，陆续实现部分订单的调价政策；另一方面针对订单的汇率成本，开展远期结汇业务锁定价格以减少汇率波动产生的不利影响。整体看来，汇率对我司影响有限。</p> <p>11、品牌运营及销售团队的情况？</p> <p>答：公司自主品牌目前处于产品定义和产品设计阶段，依托在现有大平台的基础上，在充储电产品定义方面具有先发优势。团队建设方面，目前的品牌负责人原为供应链负责人，对于品牌产品成本具有更好的把控能力。销售渠道建设方面，除了国内主流平台之外还在亚马逊上陆续推出各类充储电产品。然而，无论是产品定义还是客户渠道方面都需要一定时间沉淀。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2021年6月18日