

证券代码：003019

证券简称：宸展光电

宸展光电（厦门）股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：IR2022-003

| | |
|--|--|
| 投资者关系 活动类别 | <input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他_____ |
| 参与单位名称 | 国金证券、博时基金、天弘基金、泰达宏利基金、西部利得基金、平安基金、海富通基金、淳厚基金、九泰基金、敦和投资、固禾资产、禾永投资、华宝信托、乐心资产、天合资产、西部自营等共 16 家机构（排名不分先后） |
| 时间 | 2022 年 4 月 28 日 16:00 |
| 地点 | 公司会议室、视讯 |
| 上市公司接待人员 姓名 | 董事会秘书李滢雪、投资者关系归秋悦 |
| 投资者关系活动主要交流内容： 一、公司基本情况介绍： 2021 年度公司实现营业收入 15.92 亿元，同比增长 33.40%；实现归属于上市公司股东的净利润 1.51 亿元，同比增长 35.71%。 2021 年 Q4 实现营业收入 4.77 亿元，同比增长 96.84%，创单季营收历史新高；实现净利润 3,837 万元，同比增长了 164.36%。 2022 年 Q1，公司实现营业收入 5.03 亿元，同比增长 72.74%；实现归属于上市公司股东的净利润 5,890 万元，同比增长 110.71%。 从分季度的营收情况来看，公司已连续 5 个季度同比、环比均持续增长。 公司业绩增长的主要驱动因素有以下方面： 1、市场需求旺盛，订单充裕； 2、新设欧洲子公司，加强自主品牌运营； 3、加强供应链管理，提升产品毛利水平； | |

4、战略转型成效显著，多元化战略促业务均衡发展。

根据公司对 2022 年度市场环境分析和公司经营规划，公司 2022 年度预计净利润较 2021 年度增长 30%~50%。

二、主要交流问题：

1、一季度收入和净利润增速非常高，公司怎么看待今年订单的持续性和收入情况，对二季度业绩有怎样的展望？

回复：从一季度可以看到，公司今年整体趋势有以下方面的变化：

(1) 毛利水平提升；

(2) 在手订单及新收订单充裕。我们目前在整体情况来看，公司的主要业务是在境外，境外受疫情影响的实体经济在逐步复苏，因此从去年下半年开始我们的整个增速明显较快，而且这个趋势还在持续，所以从市场需求上来看，这个支撑还会持续下去。实现今年的整体目标没问题；

(3) 去年因缺料，原材料价格上涨，导致运营成本较高，影响公司毛利水平。今年上游原材料缺料情况有所缓解，原材料价格回落，所以我们一季度的毛利已经开始回升；

(4) 公司以出口业务为主，目前汇率波动对公司业务来看是很有利的因素；

(5) 公司一直在开发新客户，新客户的基数越来越大，且成长非常快的，所以我们的增速会越来越快。

现在是四月份，从目前排单来看，跟一季度已经基本持平。五月份及六月份还会持续接单，那么二季度是希望可以再创佳绩的，今年我们的整体形势是非常不错的。

2、今年毛利水平上升的原因？

回复：首先，今年我们优化供应链管理，提升自控料占比，降低原材料成本；今年面板等原材料价格回落，缺料情况好转，有利于改善毛利水平。

其次，高毛利的自主品牌 MicroTouch 产品毛利有 30% 到 40% 左右，后续将加大市场推广并进一步提升公司整体毛利率水平。

此外，去年公司引进了贴合产线，原来贴合我们是外包给别人做的，现在贴合这部分公司自己做，对提升公司的毛利也是有帮助的。

所以今年我们总体来看，毛利相对比去年改善的会比较明显。

3、以三年为维度分析，未来期望成长成什么样的公司？成长的驱动因素？资产的输入方面未来有哪些展望？

回复：公司目前在A股市场有个别细分领域的竞争对手，但是没有完全与我们业务重叠的竞争对手，我们专注做商用人机交互设备，且下游应用行业涉及的范围大。从这个维度来说，我们有突出的跨行业解决方案的能力。我们的定位非常清晰，愿景是成为全球领先的智能人机交互设备解决方案商。

其次我们有横跨两岸的资源，在人才、供应链、制造基地等都结合了两岸的资源优势，我们并购的项目，也有境外优质资产的注入。公司总经理具有丰富的资本运作经验和科技企业管理经验，所以未来我们仍然是会沿着这个方向，通过资本运作、并购重组以及内生增长同步进行，扩展公司业务范围和经营规模。

未来三年，不考虑这些并购进来的资产和收入，我们本身内生增长这一块的目标是实现产能翻倍，年复合增速25%-30%。从目前整个预期来看的话，我们已经具备了这个基础，所以这样的规划于我们而言是相对比较稳健的。

外延并购这方面，公司将持续进行，例如从上下游、横向市场分别进行拓展。我们有经验丰富的境内外并购团队，相对而言，境外的资产估值较便宜，我们会充分利用溢价差积极引进优质境外资源。今年我们投资并购的重点方向是补充主板方面的研发能力，提升我们在供应链上的可控性及竞争力。

4、公司有哪些大客户？

回复：公司丰富的跨行业解决方案能力，满足零售、金融、工控、医疗、博弈、智能健身、快递物流、交通运输、远端会议及公共事业等多领域客户需求。我们的主要客户NCR、DN、iYama、4POS等都是全球知名的品牌商，市场地位稳定。

5、从产品技术和质量来看，有哪些竞争力？

回复：主要体现在对客户需求快速响应，供应链和产品品质的管控能力方面。目前公司已积累了多行业解决方案经验，这是我们的优势；其次是我们供应链的管理，我们拥有境内外的供应链资源和横跨两岸的制造基地，公司精细化管理可实现高质量的产品质量管控和成本管理，境外制造基地也有利于规避中美贸易摩擦下的关税问题。

6、市场增速有没有进行测算，增速如何？

回复：这主要取决于具体每个终端行业的市场情况。零售、工控、金融等成熟市场规模

大，增速在 10-20%；远端会议、智能健身等新兴市场高速增长。

7、管理层比较多台籍人员？与 TPK 是怎样的关系？

回复：公司利用两岸人才优势，如台湾电子制造行业的研发制造人才，大陆供应链管理的本土化人才。特别是公司上市以来，大陆干部比例在不断上升。很多管理干部常驻大陆；远程办公系统便捷，效率有保障。

公司的实控人是江朝瑞先生，也是 TPK 集团的实控人，我们与 TPK 是兄弟公司。

8、近期刘畊宏健身火爆，公司是否会与刘畊宏合作？

回复：公司的目标客户主要为 toB 客户，智能健身领域的主要客户为健身设备品牌商。近期刘畊宏健身的火爆情况，有利于带动民众的健身热情，促进智能健身行业的需求增长。

9、公司各行业的占比与去年有大的变动么？

回复：2021 年各行业占比：零售 52%；工控 18%；金融 17%；智能健身 4.5%，医疗 2%，博弈 2%，其他 4%。

公司下游行业分布越来越均衡发展。

10、过去几年收入不断增长的原因？

回复：公司自 2015 年重组设立以来，业务进入多元化战略转型过程，产品多元化+行业应用多元化，并逐步摆脱单一客户依赖，向多客户均衡发展；

公司成立之初来自最大客户 Elo 的营收占比超过 60%，随着其自身供应商管理策略改变，走低价路线，盈利能力下降，公司主动选择了其他替代渠道，所以这几年 Elo 占比逐渐降低，到 21 年占比已不到 5%。取而代之的是新客户占比逐渐提升，自 2014 年至今，公司客户基数不断增大，新客户增速快，新客户营收占比持续上升，年复合增长率超 20%，扣除 Elo 的影响，新客户 7 年营收增长约 4 倍。

新客户数量增加，客户自身成长快，公司在客户的渗透率不断提升，促进公司整体快速增长。

注：调研过程中，公司严格遵照《信息披露管理制度》等规定，未出现未公开重大信息泄露等情况。

附件清单（如有）

无

日期

2022 年 4 月 28 日