

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：IR2023-005

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他_____
参与单位名称	东方财富证券、东方证券、上海拓牌资产、深圳东方合盈、浙江贝乐昇投资
时间	2023年9月26日下午 15:00-17:00 2023年9月27日下午 15:00-17:00
地点	公司会议室
上市公司接待人员 姓名	董事会秘书徐可欣、证券事务代表张玉华 投资总监赖洲洋
<b>投资者关系活动主要内容：</b>  <b>一、公司基本情况介绍</b>  对公司成立以来的发展历程进行简单介绍，并详细介绍公司的产品、业务模式和核心优势等。  1、公司于2015年正式成立，并于2018年启动股改，2020年11月正式在深交所主板上市。上市以来，公司继续聚焦主业，做大做强营收和利润：加强产品研发，拓展客户，优化结构，提升毛利；与此同时，加强投资并购，积极布局上下游产业链，打造第二增长曲线。  2、公司处于人机交互产业链中游，主要产品有智能交互显示器和智能交互一体机，应用形态多样，可根据客户的行业特点和应用需求定制开发产品，提供产品研发设计、固件及底层软件开发、生产制造、售后支持的全流程服务，在零售、工控、金融、医疗、博弈、会议、物流、智能健身、智能座舱等多个领域积累了大量开发案例。  3、公司重视研发和创新，研发人员占比和投入逐年增加，取得了一定的研究成果。公司销售体系完善，布局全球市场，在中国大陆、台湾、日本、美国、德国均有属地销售团队，也探索了经销商合作模式，并且取得了包括台湾 BSMI 认证、北美 FCC 认证、欧美 CE 等多	

个国家和地区的认证，为产品在当地销售提供良好的基础。公司目前服务全球超过 200 多个企业客户，多为世界知名品牌。

## 二、2023 年上半年业绩情况

2023 年上半年，公司实现营收 6.78 亿元；实现归母净利润 8,121 万元。受到欧美市场需求疲软和去库存等因素影响，营收和利润都较去年同期出现一定下滑。

## 三、四个重要投资项目介绍

1、2020 年 9 月，公司收购了 3M 旗下触控品牌 Mirco Touch，因该品牌在海外具有广泛的行业影响力和认可度，公司通过该品牌布局 OBM 业务，力争实现 ODM 和 OBM 业务两翼齐飞。

2、2021 年 11 月，公司参股鸿通科技 10% 股份，正式将业务延伸到车载智能座舱领域，鸿通科技主营车载智能座舱设备及销售，主要产品为仪表屏总成、智慧内饰、中控+副驾总成及功能屏总成，已与海内外多家车厂进行定点合作。公司将根据未来市场变化和公司战略，不排除继续增持的可能。

3、2023 年 1 月，公司参股陕西瑞迅科技 30% 股权，在技术及产品方面，借由瑞迅多年 ARM 架构产品开发经验，提升主板研发及整机系统设计效率及能力，同时搭配瑞迅的物联网产品方案，将业务拓展至物联网及边缘运算领域，在市场业务资源及供应链资源整合方面获得正向协同效应。

4、2023 年 6 月，公司全资子公司萨摩亚宸展与 ITH 共同签署了《增资协议》，以自有资金向 ITH 增资，共获配 10,000,000 股，占 ITH 增资后 2.21% 股权。通过增资 ITH，宸展光电参与到奕力科技 Pre-IPO 轮股权投资。

## 四、公司的定位及 2023 年规划

1、公司致力于成为全球领先的智能人机交互设备解决方案提供商。

2、据公司战略发展规划，并结合国内外市场环境变化，2023 年公司将采取以下工作措施，促进经营业绩稳定增长。

(1) 组织架构调整，OEM 和 OBM 并驾齐驱，进一步提高自主品牌的收入占比；

(2) 聚焦主业，开启全力攻击模式，从市场、产品和研发等方面发力，做大做强业务收入和利润贡献；

(3) 借助投资并购等方式，把握新技术发展带来的新市场机遇，在工业物联网、新能源车和海外市场拓展等方面实现突破，打造第二成长曲线；

(4) 以人为本，加强内部人员管理、供应商管理和经销商管理，打造卓越合作伙伴关系。

## **五、主要交流问题：**

### **1、公司的业务拓展模式？**

回复：公司目前存在 OEM/ODM 和 OBM 两种业务模式。OEM/ODM 模式下，采用直销的客户拓展形式；而 OBM 模式下，采用“直销+经销商”相结合的客户拓展形式。截至目前，公司在海峡两岸、美国、欧洲和日本都设立了销售分公司或销售网点，打造纯本土化的销售队伍，已经形成了覆盖全球的销售网络。

### **2、公司上半年的毛利率提升，是因为美元升值吗？**

答复：今年上半年，公司整体毛利率水平继续攀升，已超过 31%，高于 2022 年的 29%，盈利能力进一步增强。毛利率的提升，主要得益于 OBM 业务占比增加、产品结构优化以及供应链管理等因素。美元升值对毛利率的影响不大。

### **3、公司对下半年的人民币走势如何判断？会采取何种措施应对汇率波动？**

回复：公司以人行公告之中间价作为记账汇率，因此下半年在中间价稳定下，外汇波动对公司获利之影响小。公司持续关注国际政经情况及各国利率政策，认为人民币仍常态性的双向波动，而不做单边预测的预期，将会持续使用远期外汇工具及资产负债调配等方式进行外汇净敞口的管理，以降低汇率波动对公司的影响。

### **4、公司是否有制定明后年的营收和利润预算，会采取哪些策略以达成目标？**

回复：公司每年都会基于市场总体环境及客户需求，对未来 2-3 年进行策略规划与调整。未来 1-2 年，公司将继续优化行业布局，在工控、医疗和博弈等行业增速更快的细分领域积极拓展客户，提高公司市占率；同时公司将通过渠道搭建、本地化服务和品牌推广等措施，持续提升 OBM 业务的贡献占比；最后，公司将通过投资并购，延伸在新能源车载显示、物联网等新行业应用的布局，并提升主板设计和供应链整合等核心竞争力，打造第二增长曲线。

### **5、国内的主要竞争对手有哪些？公司的核心竞争优势是什么？**

回复：商用智能交互显示设备行业目前竞争格局较为分散，参与的厂商数量较多，不同厂商侧重于不同的应用领域。而公司经过多年的积累，已经形成了较强的跨行业产品解决方案能力以及较强的软硬件集成能力。同时，在零售、金融、工业、交通和物联网等各个行业，

公司服务了境内外超过 400 个企业客户，已经形成了十分成熟的海外销售渠道和优质客户资源。

**6、公司现金流是否充裕？未来是否有计划开展定增或者发债等融资行为？**

回复：目前，公司的现金流较为充裕，且负债水平较低，暂时没有融资需求。但未来，随着投资并购步伐的加快，以及业务拓展的需要，不排除进行融资增裕资金。

**7、公司应收账款是否过大？账期有多长？**

回复：因公司的主要客户为欧美较大的软硬件集成商，账期一般在 60 天左右，且坏账率很低。应收账款除了看绝对规模，还要看应收账款周转率和坏账率等指标，从这些指标来看，公司的应收账款管理已经做的非常出色。

**8、公司如何更好地布局国内市场？**

回复：国内市场一直是公司重点布局的方向，也是业绩增长的重要突破口。公司调整了组织架构，OEM 和 OBM 并驾齐驱，且针对国内市场，公司建立了区别于国际市场独立的业务团队和产品规划。在具体的竞争策略上，公司将重点整合瑞迅科技的产品线，广泛建立销售渠道；并发挥海外工厂优势，加强与头部大客户的合作。

注：调研过程中，公司严格遵照《上市公司信息披露管理办法》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	2023 年 10 月 09 日