

证券代码：300657

证券简称：弘信电子

公告编号：2017-026

## 厦门弘信电子科技股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

时间	2017年6月28日 16:30-18:00	地点	公司会议室
参与单位及人员	鼎诺投资 葛云霄；申万凌信 张朋；泰亚鼎富投资 颜国钮；民生信托 王秀平；国海证券 凌琳；西南证券 陈杭；兴业资管 赵一路；远策投资 孙洲；申万宏源 王谋、梁爽；华创证券 张劲骁；长盛基金 黄聪；华商基金 刘力；雷钧资本 李武跃；汐泰投资 董函；中信建投 徐博、叶乐；中海基金 易小金；东方证券 张开玉、刘坤、相南；		
活动类别	特定对象调研		
接待人员	1、董事长 李强； 2、总经理 王毅； 3、副总经理 李毅峰； 4、副总经理 陈嘉彦； 5、总工程师 何耀忠； 6、财务负责人兼董事会秘书 孔志宾； 7、证券事务代表 贺雅		
投资者关系活动主要内容	<p><b>1. 手机、汽车产业提升很快，对国产供应链非常迫切，看好公司的发展。公司战略是否与此相匹配？</b></p> <p>答：手机等产业面临国产化替代，比如此前高端手机中无国产手机身影。但现在发生巨大改变，中国手机在全球排名迅速上升，且从低端机到中、高端机进发。手机的集中度在发生迅速改变，国产手机大规模、高端化，同时也推动红色供应链迅速发展。</p> <p>公司这几年在产能、技术、智能化方面的投入及提升，正显示了我司在适应产业高端化、规模化提升的方面的魄力、决心与信心。</p> <p><b>2. 卷对卷生产线，与京东方、深天马 oled 产业链的关系。</b></p> <p>答：公司目前的增长依然与 LTPS 有直接关联，但 OLED 产业链未来将对公司业绩增长有重大影响。OLED 的细线路只有卷对卷生产线才能满足技术需求。</p> <p><b>3. 公司未来中期规划？是否做苹果供应商？</b></p>		

答：终端市场上苹果占比大，这是客观存在事实。但 OPPO、VIVO、华为等终端上量很快，占比迅速提升。FPC 市场具有分散度高的特点，弘信电子全球市场占有率不到 2%，也说明未来市场空间很大。

要进入苹果供应链必须专厂专线。公司满产满销，无空余产能。未来不排除朝着这个方向规划，但短期内不是重点，公司会为此准备。

#### **4. 弘信电子的战略规划？**

答：弘信电子将逐步从制造型企业向研发型企业过度，希望弘信电子不仅仅是单纯的柔性电路板企业，而是能成为柔性电子领域的企业。所谓柔性电子，就是在柔性基材上实现柔性电子功能，而柔性电路板仅是柔性电子的初级运用。

公司要做强做大，将采用“纵横交错”的发展战略。横向战略上，目前行业集中度低，需要横向整合。公司通过在 FPC 领域继续深耕细作，比如上市后公司很快在荆门投资，通过横向扩张及横向整合拉升市场份额，以奠定在行业的地位。纵向战略上，未来要在柔性电子领域布局，通过国家的支持，整合资源，向高端领域的扩展，拉升产品附加值及技术含量。公司已基于对市场需求的预测在研发上做了一些准备，公司仍将从研发入手，联合相关机构，整合资源，汇聚人才，建立柔性电子研究中心。

#### **5. 若不考虑进入苹果供应链，现有的面板客户，有无天花板？**

答：公司在面板方面的大客户有天马、京东方、欧菲光、群创、友达等，都是行业内国际国内领先企业，单单这几家对 FPC 的年需求总的达到六七十亿，客户体量非常大。若加上车载产品、无人机、终端厂商直接的需求等，弘信能覆盖到的市场不止 200 亿。公司占比还比较少，有足够的发展空间。

整个智能手机市场，主要是苹果 IOS 系统和安卓系统，而安卓系统的占比迅速上升，弘信服务该领域。此前海外对中国制造的产品略有抗拒心理，但爆炸门后，首选的替代手机就是 HOV 等，现在海外对国产智能机的接受度迅速提升。HOV 成长时，国产供应链也将伴随着迅速成长。而且高端手机显示屏细线路的 FPC，一定是以 RTR 为主生产，之前大部分是日系台系企业供货，随着国内高端智能手机的发展，公司将进入快速成长通道。

#### **6. 公司是否与紫翔、臻鼎、M-flex 竞争？弘信的优势与竞争策略？**

答：臻鼎的产能主要用于满足富士康拿到的苹果订单的需求。紫翔全球排名第一，目前很大部分是针对车载需求。M-flex 过去的订单主要针对苹果。弘信的现有目标客户是通讯类电子厂商，终端是 HOV 之类的优秀厂商。因为产能有限，公司在不同阶段也会挑客户群体。弘信的现有目标客户未将紫翔、臻鼎、M-flex 做为优选供应商，因此与这三家目前很少正面竞争，未来不排除竞争可能。

随着国内终端发展壮大，国内企业更愿意选择国内供应链，因为服务更有优势，因此公司也是伴随着现有客户的成长而迅速成长。随着进入资本市场，未来将横向扩展产能，比如厦门扩建一条线、荆门扩建与厦门同等规模的厂。另外，公司将加大成本管控，通过控制新工业园区的建制成本、控制供应链成本等等，使得公司更具有竞争力。

**7. 公司的产品中，应用于显示领域的占比比较大，公司的战略？公司产能扩张的节奏？公司毛利率不高的原因？产品方向，限于显示？车载如何实现？**

答：（1）公司未来将坚定地显示领域做大做强做精，做出自己的优势。

（2）公司 2017 年初产能 57 万平米，为两条片对片加一条卷对卷。预计第二条卷对卷生产线在 2017 年下半年释放 50%产能，释放后预计年产能达到 72 万平米。剩下的 50%产能，可能在 18 年实现。

（3）公司这两年毛利率不高的原因，在于提前布局投入募投项目。但当客户需求上量时，弘信能迅速切入满足客户要求。

（4）产品方向不限于显示，车载方面，未来可能设专厂专线。

**8. 未来卷对卷工艺对公司毛利率提升的水平？SMT 外协的比重未来会否发生变化？**

答：从片对片生产过渡到卷对卷带来的不仅仅是成本的影响。更大的影响在于卷对卷生产线能做片对片生产线做不了或做不好的产品。并且未来 OLED 的需求只有卷对卷生产线才能满足。

弘信的 SMT 外协外加弘信自己的生产线，合计约有六七十条线，外协厂商均纳入弘信的管理系统。由于 SMT 重资产，且均为标准设备，因此弘信不会在外协上过分投入，而是采取同比例扩的策略。

**9. 弘信能否生产 COF 类的 FPC？FPC 在手机上的应用主要有？**

答：COF 最初仅有单面 COF。COF 即软板上封装芯片，因此芯片技

术、封装技术的发展影响着 COF 技术的发展。弘信一直在关注。

现在弘信的客户中，京东方、天马在大力研究双面 COF，弘信也在研究 COF 全制程技术以及市场机遇。如：COF 所涉及到的柔性电路板需满足线宽线距低于 20 微米的需求。

手机上，FPC 绝大多数用在显示模组、触控模组、指纹识别模组、摄像头模组等，也直接用于手机上的传感器、侧键、扬声器等部位。

**10. FPC 的产能与产值是否线性关系？厦门准备投资的第二条卷对卷生产线如何释放产能？17 年上半年的产能利用率较 16 年 4 季度如何？**

答：产能与产值，是线性关系。新生产线的产能将逐步释放，公司先配备关键工序设备，后段工序视市场需求逐步配备，使得产能逐步释放。

设备稼动率，今年上半年达到 95%以上，去年第四季度约 90%。

**11. 荆门厂未来的定位在于 OLED？**

答：荆门厂仍会针对细线路产品进行投资。

**12. 公司产品的价格变化大，新产能投放后，价格变化趋势？**

答：公司产品的平均价格一方面受产品结构的影响，LCM 模组用 FPC、指纹识别模组用 FPC、手机侧键等部位用 FPC 占比重不同，会影响平均价格；另一方面，FPC 是非标品，每款 FPC 上贴装的元器件的多少及价值高低也影响单价，因此无法预测趋势。

**13. 软板技术与客户关系，孰重要？**

答：关系（文化）固然重要，比如国产供应链搭上国产智能手机发展的快车道，但技术是核心竞争力。

**14. 2017 年营收、利润的增长目标？**

答：根据 2016 年度股东大会《关于 2017 年度财务预算报告的议案》，公司管理层预计合并营收增长 75%、归属于母公司所有者的净利润增长 125%。

**15. 三位创始人有矛盾，如何协调？**

答：三位有分工、能互补，原则在于相互包容、相互理解，必要时做出一定的退让。