



证券代码：002600

证券简称：领益智造

广东领益智造股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-005

投资者关系活动类别	<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 checked="" 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 <u> 电话会议 </u>
参与单位名称及人员姓名	<p>广发证券 许兴军、叶秀贤、喻银军、蔡锐帆；安信基金 徐孙昱；安信证券 陈佳敏、宫清源；博道基金 张伟；Credit Suisse Chenyu Sun、Kyna Wong；才华资本 胡誉镜；财通基金 周博北；昶元投资 姚德昌；大成基金 方向；大家资产 胡斌；深圳旦恩先锋投资管理有限公司 王冠华；淡水泉投资 陈晓生；东北证券 田彦丁、庄重；东方证券资管 虞圳劬；东海基金 李昂；Franklin Templeton Investments (Asia) Ltd Tony Sun；方圆基金 董丰侨、周浩；丰驰投资 于晓强；丰岭资本 李涛；富国基金 郭舒洁；工银瑞信 石正同；光大证券资管 尚青；广州金控 黄健；国金证券 樊志远、李璐彤；国开证券 杨焱予；国联证券 李梓昊；国寿安保基金 张韬；国泰基金 张阳、李海；国泰君安资管 陈思靖；海宁拾贝投资 陈俊；灏浚投资 高奇；和谐汇一资产 潘东煦；恒盈富达资产 陈书勤；恒越基金 赵炯；红华资本 曾庆晨；泓澄投资 曹中舒；泓德基金 孟焱毅；花旗证券 王出、王俊凯；华安财保 李亚鑫；华安证券 袁晓雨；华创证券 岳阳、王悦；华能贵诚信托 孙宇、黄凯立；华融资产 刘羽飞；华泰证券 陈旭东、王心怡；华夏基金 李明斯、徐恒；汇丰晋信基金 许廷全；汇添富基金 曹诗扬；金元顺安基金 牟方晓；金圆资本 黄招腾、吴茜；菁英时代资本 廖泽略；景林资产 谢涵韬；九泰基金 赵万隆；聚鸣投资 郭宣宏；君和资本 李学坤、宋丽娜、尹凯；君康人保 宋强磊；凯读投资 王越；康曼德资本 陈庆平；宽远资产 陆忆天；Morgan Stanley Lily Chou、Samantha Chen、Sharon Shih；民森投资 丁凡伦；明亚基</p>



	<p>金 边悠；南方基金 刘蕾；诺德基金 孙小明；盘京投资 赵焯沛、王莉；平安基金 季清斌；平安银行 李杰；朴信投资 邹国英；浦发银行 沈骁禹；前海德毅资产 马鹏旭；青创伯乐投资 余柏文；融捷资产 洗胜滔；瑞华投资 刘无私、章礼英；瑞银证券 俞佳；杉树资产 刘金字；上投摩根基金 黄进；世诚投资 陈之璩；太平洋证券 郑及游；太平养老保险 赵琦；天弘基金 张磊、申宗航；恬昱投资 肖建中；拓璞基金 邹臣；威曼投资 李强；西部证券 杜威；先锋基金 曾捷；新华资产 惠宇翔、马川；寻常投资 杜凡；循远资产 刘勇；翊晟资产 王翊扬；盈米基金 鲁明；甬兴证券资管 牟卿；原点资产 杨径舟；源乘投资 唐亚丹；长安基金 刘嘉；长江证券 蔡少东、谢尔曼；长信基金 孙玥；招商致远 赵炜、张晨妮；招商资管 吴彤；正松投资 张政泽；正心谷投资 廖伟吉；中融基金 陈祖睿；中睿合银投资 叶元琪；中信保诚基金 葛帅；中信建投 王天乐、杨广、徐博、王昊天；中信证券 胡叶倩雯、胥洞菡、房至德、杨威；中银国际 王达婷、王亦琛共 137 人。</p>
时间	2021 年 10 月 29 日 星期五 15:00-16:00
地点	电话会议（广发证券团队组织）
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理曾芳勤女士、财务总监许诺先生、董事会秘书雷曼君女士、投资部吴刚先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">一、董事长兼总经理曾芳勤女士分享交流</p> <p>公司前三季度的经营情况可总结为以下两部分：第一，进一步垂直整合消费电子产业链。公司从 2020 年第四季度开始着手材料、精密小件、结构件、模组和整机组装五大平台的搭建，并在今年年初开始进行新业务的尝试。在第二季度业绩经历海外疫情和缺芯的综合影响后，公司迅速调整业务方向并在第三季度取得较好成绩。第二，进一步明确业务聚焦方向。公司通过强化项目管理和产品开发部门的合作，持续提升客户粘度。一方面，通过总结今年上半年的经验，深刻地认识到公司最具有核心竞争力的业务并于第三季度重新聚焦。另一方面，叠加第三季度大客户产品线的量产后，公司在第三季度取得较好的业绩。在为客户提供</p>



服务的过程中，公司不断强化项目管理和产品开发部门的合作，运用自动化和 AI 技术实现智能制造。公司将继续聚焦核心业务，本着长期主义和诚信务实的精神，带着投资者对我们的信任继续向前进。

二、财务总监解读第三季度业绩情况

公司第三季度业绩相较第二季度实现扭亏为盈。尽管公司第二季度经营业绩受到较大挑战，但第三季度开始公司各板块产品均取得进展。在行业仍存在波动的大背景下，第三季度取得不错的经营业绩。

战略层面：一方面，公司聚焦提升在北美大客户供应链中的地位；另一方面，借助精密制造的能力和 experience，公司积极布局新业务。而第三季度的战略布局，将随着第四季度供应链环境的变化及公司行业地位的提升，带动公司提高整体竞争力。

财务层面：公司 2021 年第三季度实现营业收入 88.87 亿元，较上年同期增长 17.59%，2021 年第三季度实现归母净利润 8.73 亿元，较上年同期增长 7.72%。

第一，精密功能件。公司第三季度的营收增长主要来自北美大客户，但受到客户产品线量产延期的影响，公司产能爬坡进度受阻，毛利率相较同期略有下滑。公司通过提升管理能力和生产效率，在一定程度上减轻了负面影响的冲击。

第二，赛尔康。目前赛尔康整体业务已实现扭亏为盈，赛尔康业务主要分成两部分：第一，公司国内包括深圳和贵港的业务整合效果取得进步，产能效率、工程资料以及对北美大客户产品的开发程度都得到较大提升。因此赛尔康国内业务整体盈利水平不断提高；第二，赛尔康印度工厂在第二季度受到海外疫情的影响导致赛尔康整体盈利水平处于低位。随着印度疫情的缓和，以及未来北美大客户产品线全球布局战略的落地，赛尔康海外业务仍是值得关注的一大亮点。

第三，结构件。公司第二季度业绩受到原材料价格上涨及缺芯等综合因素影响。公司从第三季度开始进行了一系列的调整，包括控制生产规模并聚焦对技术含量或产品质量要求较高的客户。通过对组织结构、



管理机制、商务合作关系，乃至整个运营体系做出一系列调整后，公司第三季度结构件的经营情况得到改善。另外，国内市场的恢复在一定程度上也带来了积极的影响。

第四，磁材。磁材业务是公司通过借壳上市收购的一块业务，目前该行业景气度不错，主要挑战来自于上游原材料价格的波动。公司一方面努力提升收入，另一方面通过精益管理控制成本，努力实现良好的盈利水平。

公司第三季度整体经营情况不错，第四季度公司仍面临许多挑战。公司将保持精益求精的企业精神，在颇具挑战的市场环境下，通过不断提升经营质量及盈利水平证明自己。

三、问答环节

Q1：疫情影响下，赛尔康目前发展趋势及其后续是否有其他新能源方面的布局？

A1：自 2019 年并购赛尔康以后，公司通过提高产品良率、减少间接人力成本等方式，发挥公司 ODM 能力促使赛尔康盈利能力提高。

后续布局方面，一是大功率电源、AR/VR 电源及无线充电方面，二是光伏逆变器以及做其他具备可追溯性的工业互联网产品，三是 5G 基站电源方面。

Q2：公司在新能源方面的总体布局、未来发展趋势？

A2：公司从 2020 年年底开始布局新能源汽车结构件业务，上半年通过收购浙江锦泰正式切入新能源汽车赛道，现有布局主要系电池结构件。赛尔康海外工厂除涉及光伏逆变器组装外，未来可能会涉及储能电池的组装业务，同时公司生产的磁材亦能应用到新能源领域，未来通过对磁材产品线的进一步搭建有利于开拓更多新业务机会。

公司依托结构件领域沉淀的经验，在进行纵横探索和发展时有三个方面的优势：第一，公司具备多年服务大客户的经验，已形成完整的产品品质控制体系，符合未来行业发展对品质控制高要求的趋势。第二，公司



大规模量产及高度自动化的能力，能高标准化及高精度地满足客户的要求并获得认可。第三，公司在热管理领域具有研发优势，有潜在的业务机会。

Q3：公司港股上市进展及后续规划？

A3：公司已于 2021 年 9 月 23 日收到中国证监会出具的《关于核准广东领益智造股份有限公司发行境外上市外资股的批复》。总体来说，一方面，公司期望通过国内外双循环形成完整供应链；另一方面，港股上市会对公司治理、社会责任等带来一系列新的要求，这符合未来全球对先进制造企业的要求，将对公司长期价值带来积极的影响。后续进展公司将会严格遵循相关要求及时进行信息披露，请留意后续公告。

Q4：公司如何保证在整个现有消费电子行业不断竞争背景下实现稳定发展以及如何看待单一大客户依赖性问题？

A4：消费电子行业现正处于不断整合的大背景中，但目前仍然存在增量市场。公司能同时介入基础材料、精密零部件、模组及精品组装等领域并满足客户的多元化需求。随着行业中消费者对创新消费电子产品的需求上升，客户对精密功能件、结构件技术精度的要求难度增加，对企业而言既是挑战也是机遇。

一方面，公司始终坚持以研发创新为核心，构建系统化的三级研发体系平台从而具备系统化的研发、设计与集成能力，通过多中心化的全球布局，具备全球化的开发和交付能力，能够在瞬息万变的行业环境下抓住国内外市场的增长机遇。

另一方面，面对更新换代快的大环境，公司在内部建立了以客户为导向的跨职能团队，注重通过不断提高对内部人员的优化选拔、内部管理等内部管理标准，从而最大化协调和利用内部资源为客户提供服务。公司是一个不断开拓变革的学习型组织，不断审视过往经验以适应不断变化的市场环境，从而更好应对来自内外部的各种挑战。

针对客户结构问题，公司有以下几点看法：第一，现有大客户在消费



	<p>电子领域的行业地位及财务状况均具有明显优势。虽然大客户的创新周期相对较长，但其产品性能仍在逐步提升，从全球大背景来看，考虑到用户体验及商业化的过程，行业会重点聚焦优质客户，不断实现着眼于现有大客户的同时持续拓展其他优质品牌客户；第二，公司借助早期在精密功能、结构件等领域积累的经验，一方面积极实现现有客户群体及产品线的突破，从能充分发挥自身优势、体现垂直整合能力的整机业务，步入 AR、VR 等新型整机领域。充分把握消费电子行业技术发展趋势，随着新兴产品和设备的爆发，积极寻求和拓展行业中新兴产品的机会；另一方面不断加强在新能源汽车、光伏逆变器等新领域的布局力度。随着未来所布局新领域业务体量的不断扩大，预计大客户收入占比将逐步降低。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2021 年 10 月 31 日