

深圳朗特智能控制股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-017

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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 checked="" type="checkbox"/> 线上会议</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>2022年9月22日                  相聚资本      余晓畅、王建东、唐斌                  国元证券      张世杰、李珏晗                  贝莱德基金    邹江渝、戴惟                  2022年9月23日                  中信证券      胡爽、田鹏                  晴信投资      吴志超                  淡水泉投资    董轶、任宇</p>
<p>日期/时间</p>	<p>2022年9月22日、2022年9月23日</p>
<p>地点</p>	<p>公司会议室</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>副总经理、董事会秘书：赵宝发                  证券事务代表：郑一丹</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p><b>一、公司基本情况介绍</b>                  公司副总经理、董事会秘书赵宝发先生向投资者介绍了公司的发展历程、生产经营情况及产品情况。  <b>二、问答环节</b>                  1、离网照明产品今年增速较高的原因？公司对非洲市场未来的预期？                  答：今年离网照明产品在非洲市场的增速较快，主要得益于客户在非洲开拓了新的国家市场，这个国家市场带来非常可观</p>

的增量。其次客户本身也适时地做了产品升级。产品升级体现在原有市场新增的用户要求以及原有用户的升级换代，这些都将持续地增长，预计客户在未来几年都将保持良好的增长趋势。

## **2、离网照明产品毛利率是否有提升的可能？**

答：以目前现有的模式，我们认为离网照明产品的毛利率是有改进空间的。一是在供应链上节能降耗增效，因为相关物料在用料和工艺上是有通用性的，甚至若干个机型会用到同一类物料。对供应链来讲，集中的管理或优化、自动半自动的这种过程改进，是能够优化成本的。毫无疑问这种过程的优化是会整个供应链分享的。其次，对于朗特来讲，做一个特定产品的时候，如果它的工艺、相关设施设备有共用的特性，那么在大批量制造的前提下，我们会有更多的时间和精力去优化，甚至更新一些设备和工艺，这个过程就会带动成本的降低，因而毛利率就会有所优化。

## **3、欧洲储能项目的进展情况？**

答：目前东莞朗特新能源的产线布置和设备已逐步到位，客户已经开始下达订单，部分机型在试产，项目进展较为顺利，预计今年能够实现小批量的订单交付。

## **4、新能源业务会考虑开拓至北美或其他地区吗？**

答：除了欧洲外，北美、澳洲等地区也在我们的规划之内，由于部分地区要求产品认证，所以我们会在获得相关认证的前提下，在适当的时机拓展至其他地区。

## **5、公司在逆变器方面的进展情况？**

答：公司目前有一定技术储备，但没有形成实质业务。今年与明年上半年主要提供电池包，但不排除未来做逆变器试样。

## **6、公司是如何进入汽车电子领域的？**

答：公司在 2013 年就获得汽车行业体系的相关认证，在 2013 至 2015 年间，我们持续以 Tier2 的角色参与了汽车产业链的一些业务，在这个过程中我们一直在锻炼自己的品控能力和过程供应能力。我们与汽车电子的主要客户是从 2016 年开始接触的，由于客户的产品有较多电子控制器的部分需要委外，在这

种情况下，我们通过了客户的资质审核，并开始了稳定的供应关系。

**7、汽车电子智能控制器目前下游客户有哪些在拓展？单车价值量大概有多少？**

答：作为 Tier2，我们通过德昌电机已经有产品供向了广汽、上汽以及福特系。其次，我们已经在跟一些车企接触。因为我们做的控制器有十几个类型，这些类型我们没办法去判断一辆车上会用到多少个，所以无法准确判断单车价值量。

**8、目前汽车电子 ODM 的比例是多少，未来的期望比例？**

答：汽车电子业务中 ODM 占比目前是非常低的，但是这部分可能会在今年以及未来的年度有大比例的提升，因为我们设立汽车电子事业部的目的就是为了让我们的 ODM 占比增加，而且必须是我们自己核心技术有关的产品增加，我们希望未来 ODM 占比 70%以上。

**9、预计明年汽车电子业务的增速？**

答：我们预计明年汽车电子业务会保持良好的发展趋势，但还要取决于供应链物料获得的及时性以及我们在生产资源配套上的灵活性。

**10、汽车电子业务的中长期规划？**

答：从产品规划上，我们于今年成立了汽车电子事业部，专做 ODM 项目，研发与电机控制有关的控制器或部件。从产能规划上，我们已为汽车电子规划了足够的生产空间，是原来的 3 倍以上。

**11、上半年智能家居及家电等传统业务需求下滑明显的原因？**

答：主要原因是：1) 从终端消费者来看，消费信心明显不足；在美国市场，受美国高通胀的影响，人们的相关收入更多的用于日常消费开支。在欧洲市场，俄乌战争导致普通欧洲家庭用于能源及生活的开销增加了 20%。2) 从渠道客户来看，去年下半年，客户积极下达了一些订单，受限于当时的运力影响，今年一季度陆续出货，但预计相当部分还是囤积在仓库。

	<p><b>12、智能家居及家电、消费类电子等传统业务预计什么时候会回暖？</b></p> <p>答：由于美国高通胀和俄乌战争的影响，人们购买力下降，智能家居及家电、消费类电子产品的需求第四季度大概率持续萎靡，至于明年是否能回暖目前尚无法判断。</p> <p><b>13、怎么看待股权激励的目标？今年完成是否有压力？</b></p> <p>答：在我们的企业经营理念中，“勇于挑战高目标”是我们一直秉持的。股权激励的目的是使员工的工作价值与公司目标趋同，当所有人都能完成工作时，就能获得一定程度的成就感。因此，我们制定了净利润增长率 20%、40%、60%的阶梯式目标，有人可能会觉得 40%、60%的目标比较高，但我们的目的是鼓励大家一步一个台阶往上奋斗，直至实现高目标。完成目标是有压力的，但我们相信只要全体同仁在未来几个月持续不断地付出不亚于任何人的努力，做到 100%的贡献，20%或以上的增长目标是具备可实现性的。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 9 月 22 日、2022 年 9 月 23 日