

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：IR2022-013

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 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>“路演中”线上交流会</u>
参与单位名称	安信证券等四家机构投资者
时间	2022年11月25日 15:30~16:30
地点	腾讯会议
上市公司接待人员 姓名	董事会秘书李滢雪、财务总监徐可欣、投资者关系归秋悦
投资者关系活动主要内容： 一、公司介绍及三季度业绩说明 公司是一家商用人机交互智能终端解决方案商，主要产品形态：智能交互产业电脑、智能交互显示器等。经过多年的积累和拓展，公司行业解决方案已覆盖多个重要的应用领域：包括零售、金融、工控、医疗、游戏博弈、智能健身，以及交通运输、快递物流、远程办公等等。 公司2022年前三季度共计实现营业收入146,137.60万元，同比增长31.03%；实现归属于上市公司股东的净利润22,208.83万元，同比增长97.39%；扣非净利润2.24亿，同比增长128.05%。 其中，2022年第三季度，公司实现营业收入47,098.29万元，同比增长7.77%；实现归属于上市公司股东的净利润8,499.79万元，同比增长78.56%，扣非净利润8,552万，同比增长101.56%，单季利润再创新高。 前三季度公司业绩增长的主要驱动因素有以下方面： 1、公司持续加大研发投入和市场拓展力度，客户基数不断增大，新客户、新项目增加，促进业务持续增长。 2、不断提升供应链管理及生产管理效能，提升产品毛利率。公司2022年前三季度综合	

毛利率为 28.08%，相较 2021 年综合毛利率 23.70%，上升 4.38%。

3、持续推进 Micro Touch 自主品牌战略，带来新的利润增长点。同时，自主品牌具有直达终端客户、可控性强、杠杆效应好等特点，也进一步增强了公司盈利能力。

4、原材料、物流价格回落，汇率变动等因素对促进公司利润水平提升带来积极影响。

二、互动交流：

1、最近消费电子板块受疫情影响较大，但公司第三季度表现非常良好，能请公司分析一下主要的原因吗？

回复：公司是专注于商用人机交互智能终端解决方案，与消费电子不同，商用需求更加刚需。公司 95%以上收入来自海外，从分布来看，一半以上来自美国市场，一部分是欧洲，还有一部分亚太市场。从目前整个市场需求来看，美国市场比较稳定，欧洲市场因受战争和通胀的影响比较疲软。公司目前在欧洲占比不高，所以对业绩影响有限。现在海外需求受疫情影响慢慢消除，复工复产需求比较旺盛。至于欧洲市场，明年上半年之前可能不会马上复苏，我们持续密切关注。今年公司设立了欧洲子公司，继续加强我们在欧洲市场拓展的力度和布局。

2、能请公司分析一下行业的竞争格局与趋势吗？

回复：商用智能交互显示设备行业厂商数量众多，竞争格局较为分散，行业集中度较低。

A 股上市公司中像我们专注做商用整机产品，目前只有我们一家。部分业务可比公司如视源股份、鸿合科技，他们是专注教育这个垂直领域的智能交互平板，相比之下，我们的行业应用更为广泛。同类企业竞争对手还有台湾的一些上市公司，如桦汉、研华。

从未来趋势看，疫情中我们因有一定规模并积极调整应对策略并没有遭受严重影响，但一些中小竞争对手受影响严重，因此有利于我们抓住时机抢占市场，做大做强。

3、请问公司在 OEM 向 OBM 转型的方向，除了收购活动外，有没有其他自主研发品牌的计划呢？

回复：2020 年我们就收购了美国 3M 公司旗下触控系统产品及触摸显示器品牌 Micro Touch，该品牌历史悠久，具有广泛的行业影响力。我们结合 Micro Touch 品牌积极搭建海内外销售渠道，研发标准化产品，加大全球范围市场推广，这将为公司在工业自动化、智慧医疗、游戏博弈等多个应用领域带来新的利润增长点。

4、公司营收在零售方面占比较大，请问这一块的业务有没有受到疫情影响？公司是如何

应对的呢？

回复：公司产品零售领域的客户主要是在美国，目前美国零售市场需求总体比较稳定，公司拥有优质的客户资源，主要 ODM 客户（NCR、DN、4POS）等都是行业知名品牌商，拥有稳定的市场份额和竞争力，公司通过提供有竞争力的价格、供应链高效支持、持续加大研发投入丰富产品线来不断提升在大客户的渗透率，促进业务的增长。

5、公司在扩展客户、分散客户群方面采用了什么措施呢？公司开发新客户的渠道是什么？

回复：公司业务模式为 ODM+OBM，ODM 主要针对 To B 的品牌客户，此外我们有 Micro Touch 标准品，通过渠道客户进行推广。

6、请问公司在开发智慧医疗/智能健身领域客户方面有什么新突破吗？公司未来对这一板块的发展规划是什么？

回复：当前智慧医疗、智能健身营收占比还较小，今年智能健身因为客户去库存出货放缓，但我们有新开拓了几个客户的案子在研制过程中；Micro Touch 品牌推广也将增加我们在医疗领域的业务推广。未来公司将研发更多的产品，通过渠道加快医疗领域业务推广。

7、注意到公司主要收入来自海外，请问公司在提高国内市占率方面采用了什么计划？未来对国内市场的计划是什么？

回复：针对国内市场，我们有区别于国际市场独立的业务团队和产品规划。业务团队成员均为行业内资深人士，拥有丰富的头部客户资源，在各应用领域已成功形成标杆效应。同时，我们还在深圳建立研发中心，吸引高端人才，增强研发实力，优化供应链管理，缩短反应时间，更好的应对国内客户的产品需求。

在国内的竞争策略上，我们主打与竞争对手技术差异化，持续提供高质量的产品与服务；不断提高渠道覆盖率，在优势领域增大市场占有率；并适时进行行业横向转移，把握新兴应用领域的机会。

国内市场竞争激烈，但我们不打价格战，而是要寻找并服务会兼顾价格与品质的客户。重点拓展车厂、光伏、储能、半导体设备制造商工业自动化产线上的人机交互界面。

8、公司在研发投入上主要的投入方向是什么，未来公司发展方向是什么呢？

回复：一方面，继续发挥公司在定制产品解决方案能力方面的优势，为客户提供定制化服务；另一方面，不断加大标准化模块/模组及标准品的研发投入，以便实现快速复用和规模

化推广。

- 1) 去年建立深圳研发办公室，吸引高科技人才，快速响应国内外客户需求。
- 2) 成立前瞻技术研究团队，进行高阶人机交互技术研发与应用。
- 3) 厦门总部研发大楼建造，增强研发投入；
- 4) 考虑通过并购主板设计研发公司来提升公司在主板、边缘计算方面的研发实力。

9、注意到公司最近毛利率提升较大，能请公司分享下降本增效方面的举措吗？

回复：今年公司利润率的改善有公司自身管理效能改进和产品结构改善的因素，也有偶然性因素比如原材料价格及汇率的波动因素。

从去年开始我们较大力度优化供应链管理，包括供应商及原材料采购策略，降低了成本；另外提升生产效能，随着公司营收规模增大，产品平均成本会降低。另外，随着 Micro Touch 品牌的运营，标准品经由经销商渠道快速铺开，直达终端客户，并提升公司整体毛利水平，公司自主品牌运营占比越来越高，公司毛利水平也将不断改善。

10、注意到公司最近发布了计提资产减值准备的公告，其中存货的减值较高，能请公司介绍一下具体的情况吗？

回复：存货减损比例最大的为原物料部分，其中多为去年因行业缺料和涨价等因素影响下进行的备货，今年因部分客户出货需求推迟而产生资产减值。

虽然客户出货有所推迟，但订单都保持不变，后续陆续出货，该部分减值计提就会回转；同时，这些备料大部分都为通用料，也可以用在其他客户其他产品上进行消耗。

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 11 月 25 日