

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：2023-002

<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 type="checkbox"/> 其他</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>大家资产 张欣露 盘京投资 陈真洋 趣时资产 章秀奇 途灵资产 赵梓峰 冲积资产 张坤 宁银理财 邵萱 浙商证券 汪洁、胥辛 华西证券 柳珏廷 中信建投 刘永旭 招商基金 蔡文涛 同创伟业 林海成 悟空投资 陈向东 信达证券 石瑜捷 兴业证券 代小迪 长城证券 周怡蕾 国泰君安 谭佩雯、王彦龙</p>
<p>日期/时间</p>	<p>2023年2月9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 财务总监：付丽萍 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>一、公司基本情况介绍 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。 二、问答环节 1、汽车电子业务 2023 年能保持 2022 年的增速水平吗？和客户的销量是否正相关？目前的单车价值量有多少？ 答：从我们业务端跟客户沟通确认的信息看，我们对客户的成长抱有较高期望。在双方较好的供应关系前提下，预计我们的</p>

销量会同客户的销量呈现正相关，但销售额和利润额的增长不一定是等比例的，因为随着销量的增长，客户便会向供应商传递一些成本压力，对降价有一定的诉求。整体看我们对汽车电子业务的增长抱有一定的预期，但预计利润的增速和销量相比会下降，至于是否能保持 2022 年的增速尚不确定。

目前我们做的汽车电子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。

2、公司和汽车电子业务的客户目前的合作以 OEM 为主吗？这部分是否存在压缩毛利率或者引入其他竞争对手导致我们份额下降的可能？

答：目前公司汽车电子业务主要以 OEM 模式为主。单纯站在客户端企业经营的角度，压缩供应商毛利或引入其他竞争对手是企业管控供应链风险及成本的选项，我们理解并尊重这一点。对我们供应商而言，无疑未来客户的成本整合力度会持续，甚至有可能加大，这会给我们带来一些新的挑战。

3、离网照明产品去年增速较高，2023 年能否维持？近几年爆发的原因？预计今明两年的增速是多少？

答：近年爆发性增长的原因是：客户在非洲开拓了新的国家市场尼日利亚，这个国家市场带来非常可观的增量。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。

今年预计客户在尼日利亚市场的增速不太可能持续，主要原因在于：一是上半年尼日利亚处于总统大选和近半州长改选阶段，候选人员竞争激烈，政治局势不明朗，政策可持续性待评估，经济活动不稳定，影响客户在该市场的投入。二是美元持续加息，美元回流导致该地区持有的美元减少，商家在当地的经营活动中持有了更多的当地货币，随着持有数量和在手时间增加，货币的不断贬值，影响了商家对市场投入的积极性。

基于尼日利亚市场目前的现状，上半年非洲储能业务尚处于观望状态，2023 年是否能维持去年的体量尚无法确定。待局势稳

定后，我们将继续配合客户在市场上供货。从非洲的离网微储和欧洲家庭储能业务看，我们对储能整体未来还是抱有信心的。

4、公司向欧洲储能转型，主要是做什么产品？客户是怎么找到我们公司的？看中公司的什么能力？

答：欧洲储能业务的产品主要是千瓦级带电源管理的储能包。东莞新能源其中一个股东在欧洲市场有多个客户品牌和渠道，通过该渠道我们能分配到订单。客户选择我们主要是因为我们在电池储能管理上有一定的技术沉淀，其次在电池产业链有一定的资源，再者我们的快速制造反应能力也是有口碑的。

5、欧洲储能目前的进展或者客户的需求指引是怎样的？

答：目前我们是优先出货储能包，同时也在开展逆变器、移动储能等项目。以目前我们的客户群体、技术以及产品的趋势，我认为欧洲储能部分的成长性未来会比较可观。

6、储能方面公司中期甚至更长期的规划是怎样的？

答：我们希望储能部分能够达到快速上量，为公司带来利润贡献。作为主要业务板块，尽管目前来看毛利和净利还比较低，但公司计划在未来的逆变器或整个储能系统，完全由自己技术和物料来供应，从而更具有性价比，能够在利润上形成一定优势。当然也不排除发展更多新能源产业类别的情况。

7、消费电子类控制器 2022 年的增速大概有多少？2023 年预计能恢复到什么水平？

答：根据 2022 年前三季度的数据，消费电子类控制器的增速是负的。2023 年，预计客户会有补库存的需求，其次在消费者重拾信心的前提下，才有可能逐渐复苏。

8、新型消费电子产品 2022 年的增长情况，以及 2023 年预计恢复到什么水平？哪些品类预计表现会较好？

答：新型消费电子产品主要包括自行车灯和手持吸尘器等，2022 年前三季度该业务增速为负。2023 年恢复情况暂时不明朗，目前看地板护理类产品有望增加。

9、从目前可见订单来看，家电类控制器 2023 年复苏情况如何？预计能恢复到多少的增速水平？目前主要的抑制因素有哪

	<p>些？</p> <p>答：目前可见订单通常为 2 至 3 个月，时间较短，其他为预期。虽然短期订单上展现了一定的复苏可能性，但客户未给出明确信息。综合客户现状和未来市场反馈来看，2023 年会比 2022 年略好，恢复程度有待确认。</p> <p>智能家居家电类控制器，从有限的信息来源和渠道上来说，抑制性因素是，公司面对的终端客户在市场上所处的地位，客户的产品是否属于必需品或者是否有新功能引领潮流等。</p> <p>10、控制器上游原材料紧缺和涨价的状况目前如何？2023 年控制器业务的毛利率是否有向上修复的空间？</p> <p>答：控制器相关供应链涨价的可能性较小，除非是核心和瓶颈类物料。一些标准件或者常见部件可以传导市场成本压力，我们认为目前形势下供应链价格不构成制约因素。</p> <p>目前同行业伙伴都急需回暖，面对客户争取订单时，会调整姿态，因此短期内利润向上修复还有待观望。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 2 月 9 日