

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：IR2023-004

投资者关系 活动类别	<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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他_____
参与单位名称	兴业证券、国信证券、国皓投资、厦门博芮东方、爱丽生（厦门）、厦门中略投资、铨景投资、民生银行、圆和资本
时间	2023年7月12日下午16:00-18:00 2023年7月13日下午16:00-18:00
地点	公司会议室
上市公司接待人员 姓名	董事会秘书徐可欣、证券事务代表张玉华 投资总监赖洲洋、投资关系经理邓晨曦
<b>投资者关系活动主要内容：</b> <b>一、公司基本情况介绍</b> 对公司成立以来的发展历程进行简单介绍，并详细介绍公司的产品、业务模式和核心优势等。 1、公司于2015年正式成立，并于2018年启动股改，2020年11月正式在深交所主板上市。上市以来，公司继续聚焦主业，做大做强营收和利润：加强产品研发，拓展客户，优化结构，提升毛利；与此同时，加强投资并购，积极布局上下游产业链，打造第二增长曲线。 2、公司处于人机交互产业链中游，主要产品有智能交互显示器和智能交互一体机，应用形态多样，可根据客户的行业特点和应用需求定制开发产品，提供产品研发设计、固件及底层软件开发、生产制造、售后支持的全流程服务，在零售、工控、金融、医疗、博弈、会议、物流、智能健身、智能座舱等多个领域积累了大量开发案例。 3、公司重视研发和创新，研发人员占比和投入逐年增加，取得了一定的研究成果。公司销售体系完善，布局全球市场，在中国大陆、台湾、日本、美国、德国均有属地销售团队，也探索了经销商合作模式，并且取得了包括台湾BSMI认证、北美FCC认证、欧美CE等多	

个国家和地区的认证，为产品在当地销售提供良好的基础。公司目前服务全球超过 200 多个企业客户，多为世界知名品牌。

## 二、2023 年一季度报情况

2023 年一季度，公司实现营收 3.64 亿元；实现归属股东净利润 3,775 万元。受到欧美市场需求疲软等因素影响，一季度营收和利润都较去年同期出现一定下降。

## 三、四个重要投资项目介绍

1、2020 年 9 月，公司收购了 3M 旗下触控品牌 Mirco Touch，因该品牌在海外具有广泛的行业影响力和认可度，公司通过该品牌布局 OBM 业务，力争实现 ODM 和 OBM 业务两翼齐飞。

2、2021 年 11 月，公司参股鸿通科技 10% 股份，正式将业务延伸到车载智能座舱领域，鸿通科技主营车载智能座舱设备及销售，主要产品为仪表屏总成、智慧内饰、中控+副驾总成及功能屏总成，已与海内外多家车厂进行定点合作。

3、2023 年 1 月，公司参股陕西瑞迅科技 30% 股权，在技术及产品方面，借由瑞迅多年 ARM 架构产品开发经验，提升主板研发及整机系统设计效率及能力，同时搭配瑞迅的物联网产品方案，将业务拓展至物联网及边缘运算领域，在市场业务资源方面及供应链资源整合方面获得正向协同效应。

4、2023 年 6 月，公司全资子公司萨摩亚宸展与 ITH 共同签署了《增资协议》，以自有资金向 ITH 增资，共获配 10,000,000 股，占 ITH 增资后 2.21% 股权。通过增资 ITH，宸展光电参与到奕力科技 Pre-IPO 轮股权投资。

## 四、公司的定位及 2023 年规划

1、公司致力于成为全球领先的智能人机交互设备解决方案提供商。

2、据公司战略发展规划，并结合国内外市场环境变化，2023 年将公司采取以下工作措施，促进经营业绩稳定增长。

(1) 组织架构调整，OEM 和 OBM 并驾齐驱，进一步提高自主品牌的收入占比；

(2) 聚焦主业，开启全力攻击模式，从市场、产品和研发等方面发力，做大做强业务收入和利润贡献；

(3) 借助投资并购等方式，把握新技术发展带来的新市场机遇，在工业物联网、新能源车载和海外市场拓展等方面实现突破，打造第二成长曲线；

(4) 以人为本，加强内部人员管理、供应商管理和经销商管理，打造卓越合作伙伴关系。

## 五、主要交流问题：

### 1、公司今年还有汇兑收益吗？是否进行汇率的套期保值？若有，如何操作？

回复：公司受益于美元的增值，获得了一部分的汇兑收益。但公司一直致力于通过提升主营业务竞争力来增加营收和利润，通过获得汇兑收益并非公司的主要目标，因此我们会基于对美元走势的判断，采用多种工具开展汇率的套期保值业务。

### 2、公司财报中一季度短期借款比较高的原因是什么？是否有周期性？

回复：2020年以来，公司连续实现营收和利润的高速增长，账户留存自有资金较多，能够满足公司运营及投资需求，公司负债率维持低位。一季度新增的短期借款主要为美元借款，用于对冲部分美元持仓，避免因美元贬值造成汇兑损失侵蚀公司主营业务利润。这种操作不具有周期性。

### 3、公司增持鸿通是否用使用自有资金？鸿通科技在智能座舱领域给特斯拉供应情况如何？

回复：公司计划在年内增持鸿通科技股权至不超过49%，均以自有资金进行投资。鸿通科技是从TPK车载事业部独立出来的，本身就具有成熟的业务和客户，2012年就已经进入特斯拉供应链中，与特斯拉海外产品线进行合作，目前已经实现多个车型的量产，同时也获得了新车型的定点，各项业务开展较为顺利。此外，公司已取得几家国内外一线新势力车厂的定点，预计明后年量产；并且将积极参与更多新势力车厂的中控总成竞标。

### 4、对于自有品牌 Micro Touch 的销售团队如何构建？会不会产生较多的营销费用？

回复：对于 Mirco Touch 品牌产品的销售，主要通过原有的销售团队和增加经销商合作两种模式进行，不会大量新设销售人员，销售费用的增长与其带来的毛利增量相比，占比较小。

### 5、自有品牌的产品库存情况如何？回款状况如何？

回复：自有品牌会依据对于当前市场的反馈、历史销售情况及销售计划三方面进行综合评估后排产，一般会有3-6个月的库存备货。公司对于客户账期的设置，通常依据客户的资质、历史合作等情况进行定期动态调整，账期设置在30-60天之间，因公司合作客户多为全球知名企业，实力强大，回款状况良好。

### 6、ELO 占比下降的原因是什么？其他下游合作是否有可能出现同样的情况影响公司的

## **OEM 业务？**

回复：公司长期与全球知名品牌合作，提供高质量产品，获得客户的广泛认可，且公司产品毛利较高。ELO 自身产品策略调整后，已与公司营运方向不同，公司基于自身定位考虑，主动降低与 ELO 的合作单量，属个案，与公司和其他下游合作商的业务无关，也并没有出现类似情况。

### **7、公司营收中海外占比高，如今海外市场受通胀影响，消费疲软、经济衰退，公司业务是否也受影响？有何应对措施？**

回复：通胀的影响虽然会抑制消费，但同时通胀也使用人成本增加，零售自动结算系统和自助点餐机的运用，反而能缓解因通胀造成的人力成本的增加，因此对零售类产品的订单影响有限。公司通过加大研发投入和投资并购方式整合优秀的研发团队来提高对主板的研发能力、增加产品的附加值，同时，通过对应用领域的拓展，提升公司产品在其他行业的销售占比，可以降低公司整体业务风险。

### **8、近期面板价格变动对公司业务有什么影响？目前公司成本分布情况如何？**

回复：自去年 11 月份以来，面板价格出现回暖，但存在结构性行情，大尺寸面板的价格增长较多，中小尺寸的的价格比较稳定。目前，我司的产品主要集中在中小尺寸，受到的影响比较有限。产品成本结构上，面板与触控占比超过 50%。

### **9、公司产能情况及近期利用率情况？是否有季节性？**

回复：公司目前有 2 个生产基地，分别在厦门及桃园。厦门基地年产 75 万台左右，桃园基地 4.8 万台/年（大尺寸线）、13.2 万台/年（中小尺寸线），以车载代工案为主，目前产能利用率在 7-8 成左右。产能不受季节影响。

### **10、在国内的竞争对手有哪些公司？国内的同行进入海外市场对公司份额影响？**

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。境内 A 股市场可比公司均专注在某一个领域里，而我们的跨行业能力非常强，多领域均衡发展。

海外品牌对供应商准入门槛较高，进行业务合作需要经较长时间进行考核，我司因先发优势，且产品质量过硬，已与海外重点客户取得长期合作关系，更因跨行业应用案例积累丰富，对不同芯片的生态系统均能自如应用，具有一定的优势，国内同行进入海外市场在短期

内难以影响公司的市场份额。

### 11、宸展光电与同行对比有何优势？

回复：公司深耕商用智能触控交互显示行业多年，涉及的应用领域包括零售、金融、工业自动化、交通运输、医疗、游戏娱乐、健身等行业，在多领域都积累了大量案例，对各行业商用领域需求理解更为深刻，能研发设计出更符合客户需求的产品；同时，我们已拥有 200 多家下游客户，多为全球知名企业，因卓越的定制能力与过硬的产品质量，以及优质的售后服务，得到了客户的肯定和信任，建立了良好的长期合作关系；此外，我们的生产管理水平和业内处于领先水平，通过信息化管理控制生产成本及柔性生产，针对客户需求快速反应，供应链管理也是我们的优势。

### 12、公司是否有布局国内市场？

回复：国内市场一直是公司重点布局的方向，也是业绩增长的重要突破口。公司调整了组织架构，OEM 和 OBM 并驾齐驱，且针对国内市场，我们建立了区别于国际市场独立的业务团队和产品规划。在具体的竞争策略上，我们将重点整合瑞迅科技的产品线，广泛建立销售渠道；并发挥海外工厂优势，加强与头部大客户的合作。

### 13、公司将来是否有股权激励的计划？

回复：一直以来，公司都非常重视员工的培养和激励，2021 年公司实施了股票期权激励计划，该计划目前正在进行中，2022 年 7 月首次授予股票期权第一个行权期行权条件已成就，2023 年 5 月预留授予股票期权第一个行权期行权条件也已成就，均进入可行权期。

注：调研过程中，公司严格遵照《上市公司信息披露管理办法》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

2023 年 7 月 17 日