

证券代码：601231
转债代码：113045

证券简称：环旭电子
转债简称：环旭转债

环旭电子股份有限公司 2023 年第三季度投资人线上说明会活动记录

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
时间	2023 年 10 月 25 日
地点	线上会议（webex 网络研讨会）
上市公司 参会人员	魏镇炎（总经理）、Jing Cao（副总经理）、史金鹏（董事会秘书）、刘丹阳（财务总监）
参会机构名称	Nomura、广西赢舟管理咨询服务有限公司、嘉实基金、Marco Polo Fund、元大投信、Jeneration Capital、HSBC、Boyu Capital、Millennium、UBS、广发证券、Etock capital、Citi、华泰证券、Goldman Sachs Asset Management、CGS-CIMB Securities HK Ltd、Barings、Allianz GI、Keystone Investors、Morgan Stanley、Goldman Sachs、Jwin Capital、point72、springs capital、财通证券、淳厚基金、红杉中国、JP Morgan、Fidelity、和谐汇一、国信证券、鼎和财产保险、东方证券、中信证券、东方财富证券、上海人寿、中泰证券、泰康资产、睿郡资产、国金证券、中海基金、摩根士丹利基金、JP Morgan Asset Management、兆信基金、东财基金、天风证券、财通基金、财通资管、光大证券、鑫沅股权、安信证券、兴业证券、华安证券、建信基金、易米基金、华泰证券自营、华泰证券资管、兴银理财、西南证券自营、申万宏源研究所、百川财富投资管理有限公司、东海证券、鹏华基金、新华资产、中原证券、瀚霖投资、招商证券、野村东方国际证券、中邮证券、创金合信基金、华兴证券、兴合基金、仁桥资产
嘉宾简报及投资者提问	一、财务总监刘丹阳先生介绍公司第三季度经营业绩情况 【营收分析】

公司2023年前三季度营业收入430.6亿元，较去年同期的495.3亿元同比减少了64.7亿元，降幅13.1%。

前三季度各类产品营业收入变化：

(1) 通讯类产品营收147.9亿元，同比降幅19.8%；

(2) 消费电子类产品营收142.6亿元，同比降幅7.0%；

(3) 工业类产品营收61.9亿元，同比降幅4.0%

(4) 云端及存储类产品营收34.7亿元，同比降幅34.4%；

(5) 汽车电子类产品营收35.9亿元，同比增幅6.3%。

(6) 医疗类产品营收2.6亿元，同比增幅64.8%，

前三季度通讯类产品占比为34%，消费电子占比为33%，工业类产品占比为14%，云端及存储类产品占比为8%，汽车电子类产品8%，医疗电子类产品占比为0.6%。

【获利分析】

第三季度单季实现营业收入161.9亿元，相较于第二季138.7亿元环比增幅16.8%，较去年同期的205.9亿元同比降幅21.4%；

第三季度单季实现营业毛利16.7亿元，相较于第二季13.5亿元环比增幅23.8%，较去年同期同比降幅25.3%，营业毛利率为10.3%，相较于第二季的9.7%增加0.6个百分点。较去年同期的10.8%减少0.5个百分点。

第三季度单季实现营业利润6.8亿元，相较于第二季5.5亿元环比增幅23.0%，同比降幅45.5%。营业利润率为4.2%，相较于第二季的4.0%环比改善，较去年同期的6.0%，减少较大。第三季度依公司政策及市场风险变化分别增加计提了与存货相关资产减值损失约0.7亿元及信用减值损失约0.2亿元，如排除这两项约0.9亿元计提，营业利润率可回到4.7%以上。

第三季度单季实现净利润6.3亿元，相较于第二季4.9亿元环比增幅27.7%，较去年同期同比降幅42.4%，单季净利润率为3.9%，相较于第二季的3.5%环比改善，较去年同期的5.3%，减少1.4个百分点。

公司2023年前三季度实现营业收入430.6亿元，较去年同期的495.3亿元同比减少降幅13.1%。相较2021年同期则增幅17.9%。

2023年前三季度营业毛利41.9亿元，较去年同期的51.0亿元，同比降幅17.9%。相较2021年同期增幅20.6%。2023年前三季度营业毛利率为9.7%，较去年同期的10.3%，下降0.6个百分

点，相较2021年同期毛利率为9.5%。

前三季度营业利润15.3亿元，较去年同期的24.6亿元，同比降幅37.8%。相较2021年同期增幅为20.6%。营业利润率为3.6%，较去年同期的5.0%减少较大，但优于2021年同期3.5%。

除了受营业收入同比减少造成对获利的影响外，2023年前三季度共计提了与存货相关资产减值损失约1.3亿元及信用减值损失约0.3亿元，如排除这两项约1.6亿元计提，营业利润率可回到3.9%以上，相较2021年更有明显改善。

前三季度净利润13.9亿元，较去年同期的21.7亿元，同比降幅35.9%相较2021年同期则增幅24.2%。净利润率为3.2%，较去年同期的4.4%，减少1.2个百分点，相较2021年同期的3.1%有所改善。归属于上市公司股东扣除非经常性损益的净利润为12.8亿元。

【非经常性因素分析】

2023年前三季度非经营性因素项目已明显减少：

- (1) 收购飞旭的资产溢价摊销，与去年同期影响相当。
- (2) 因厂房搬迁增加的相关成本较去年同期减少，仅193万，可转债的利息费用较去年同期增加4.1个百分点。

第三季度单季营业收入环比增长16.8%，略低于与第二季业绩说明会时对三季度度预计环比增长20%的目标；同比下滑21.4%，相比第二季度和上半年10%以内的降幅，降幅明显增加；第三季度单季营业利润率为4.2%，相比上半年水平继续改善，符合预期；前三季度营业利润率3.6%，略高于2021年营业利润率3.5%，符合预期。

【费用分析】

前三季度期间费用合计金额为25.2亿元，较去年同期的26.6亿元，费用比率控制在2023年前三季度的6%以下。

- (1) 销售费用约2.5亿，在销售全球布局的情况下小幅增加。
- (2) 管理费用8.8亿，持续的费用管控使其同比下降22.3%，幅度大于营业收入下降幅度13.1%。
- (3) 研发费用约12.8亿，小幅减少。
- (4) 财务费用增加1.3亿，主要因为本期未如去年同期有较多的外币兑换收益所致。

【现金流量分析】

(1) 经营活动产生的现金流

在2023年前三季度为净流入41.4亿，较去年前三季度同期净流入11.7亿，持续改善，更较2021年前三季度同期净流出18.4亿，大幅改善，主要因去年下半年营收成长较大，致今年上半年度收回款项增加，加上本期加强采购及存货的控管，存货占用资金下降所致。

(2) 投资活动产生的现金流量净额

主要为固定资产支出，2023年前三季度净流出9.2亿，较去年同期净流出12.2亿，有所减少，主要因公司谨慎的进行固定资产投资所致。

(3) 2023年目前的资本支出规划

与第二季说明会时相比总金额增加，合计约USD275M，主要因持续投资墨西哥等境外厂房，使建筑相关支出将较2022年有所增加。生产设备部分，仍将投资重点放在SiP的设备、工业及汽车电子相关产品方面。2023生产设备投资约USD164M，其中约30%为SiP相关投资，其余为其他产品线相关投资。建筑相关投资约为USD104M，IT设备及其他设备投资约为USD7M。

(4) 筹资活动产生的现金流量净额

2023年前三季度为净流出10.5亿，主要因本期完成较大的现金股利支付，去年同期为净流入2.3亿，2021年同期因为可转债发行所致有大额流入。

【主要财务指标分析】

第三季度末，公司总资产约为400亿元，主要因经营活动现金流量持续改善；货币资金为98.4亿，去年底增加21.5亿；总负债、有息负债、负债率皆保持平稳。

前三季度底归属于母公司所有者的权益163亿元，由于获利减少使前三季度年化总资产收益率5.6%，年化加权平均净资产收益率为11.6%，前三季度每股收益为0.64元，较去年同期皆有所下滑，营业收入下降也造成现金周转天数较去年同期延长7天至今年前三季度的61天。

2023年第三季度末存货为102亿，较2022年底的109.1亿有所减少。EBITDA前三季度为25.6亿，较去年同比降幅24.1%，优于净利润同比下降幅度。非经常性损益为1.2亿，主要来自金融资产评价变化及收到的政府补助收益。

【业绩目标】

预计第四季度营业收入环比的增长可达两位数，持续保持环比增长的趋势。预计全年的

营业利润率会与前三季度营业利润率相近。全年营业收入同比的降幅可能会略超过10%。

二、副总经理Jing Cao先生介绍公司的智能制造

环旭电子作为全球电子设计制造服务的领导厂商，智能制造一直是最重要的业务策略之一。公司的策略是将劳动密集型的制造转变为极高生产率的智能制造。位于公司总部的智能制造开发团队，针对每个工站来开发通用的自动化平台，和数据自动化应用模块，然后向公司位于全球各地有需要的工厂推广，这样能更加节约开发成本，并大大缩短各个工厂的智能制造导入期，提高应用效率。

公司有非常清楚的工业4.0智能制造工厂的愿景及规划蓝图，从工厂的芯片及其他原材料入厂的自动分发到自动料仓的存储，一直到所有生产设备的自动化，以及生产排程流程的管控，所有设备的全自动实时参数监控，以及报警系统，产线所有的物料全自动实时搬运，一直到产品完成，载入料仓，均涵盖在整个智能制造体系之中。

在智能可视化管理方面，管理层和工程师都可以看到自己负责的部分中所有实时的参数变化和设备状态。公司的目标为要达到五星级的智能工厂，每家工厂因为生产的产品不完全一致，至少有80%-100%的设备都要做到全自动化的生产，100%的设备做到全部的互联。还有全自动的自动化物料处理，最终的一步就是完全与客户、供应商的ERP系统高度集成。

在2016年-2022年的6年内，由于智能制造大量导入，使得公司的运营效力以及在国际上的竞争力有着明显提升。

以公司的张江厂为例，取得了上海市智能工厂的荣誉称号。在2021年1月份，全球著名的电子制造杂志上对张江厂做了封面的主题报道。当前，张江厂的自动化能力不断提升，自动化率可达80%以上，总员工人数也从2016年将近4千人减少了56%，到现在的1752人，生产效率在过去6年里提升了将近3倍。2021年在测试段建成的首个关灯测试车间，共有258台机器手臂。2023年张江厂全厂88.5%的设备实现了联网监控，自动数据采集，以及实时报警。

张江厂由于智能制造水平的不断提升，生产管理效率也不断提高。过去6年，张江厂营收提升了113%，操作工人数反而减少超过53%。并且在这期间，当地操作工的成本每年都有一定承担的增加，总的增加额度在46.1%。自动化并非简单的用机器人去取代人工，更重要的目的是通过导入智能自动化来提高产品的品质及良率，提升制成的稳定性和增强如期交货的能力等。

三、投资者提问

【问题】今年感觉整体压力是比较大，以公司现在对于整个业务的展望如何看待2024、2025年的成长，能不能请管理层，就SiP和EMS两块来展望明年和后年的成长？

【回答】今年以来，跟过去几年不一样，整个市场的情况都不如预期。大家本来期望今年下半年景气恢复，但实际并未发生。分析主要有以下两个因素：

- 1、全球通货膨胀造成的全球市场疲软，消费不景气。
- 2、叠加去年行业因供货不足所导致了库存一定程度的虚增，使得今年下半年和市场的预期相比有落差。

以目前的预估情况来看，2024年上半年比较平稳，没有看到大幅的成长迹象，到明年下半年可以看到景气度的回升。2024年整体较今年应该有10%的成长机会，到2025年有望回到2022年最高峰的水准。整体呈现U型反转的态势。比较好的机会是和电动车相关的业务，这是公司近年一直重点投资布局的领域。

【问题】请教一下成本端的改进，公司介绍了整体自动化的产线推进，相对细化地问一下，现在各个工厂自动化推进的进度，如果从量化的角度去看，怎么去理解持续自动化改造能带来多大成本的节约？如果我们去相比较同行的话，您如何看待我们跟同行自动化水平的比较？

【回答】环旭电子一直把快速提升智能化来作为提升公司竞争力的主要策略之一。过去6年中，在公司的各家工厂，因为产品类别的不一样，产能规划也不一样，每家工厂的智能制造水平都有明显的进步和提升。在公司策略不断推进的过程中，面对全球行业的激烈竞争，公司营收持续稳步成长。今年由于行业大环境的影响，公司的收入成长轨迹短期进入到U型模式中。讲到具体由智能化带来的效益，以上海张江厂为例，在2016年-2022年的6年内，生产线的自动化率一路攀升超过了80%，营收在市场竞争激烈的背景下，增长113%以上，并且操作工人数减少了53%以上。

【问题】如果我们跟同业相比，我们现在整体自动化水平如何？现在行业处于低谷，走出低谷以后，我们跟同业竞争的话，公司核心竞争力主要体现在哪些方面？

【回答】目前虽然受到全球经济的影响，公司的成长可能呈现U型的态势，但是公司仍然会在这一过程中，来进一步开发设备自动化和数据自动化的新模块，一旦市场景气度反转回升，

智能制造的能力将能在全球各个工厂快速应用。

此外，在目前行业景气度不佳的背景下，公司的业务也面临着价格方面的竞争以及来自于成本端的压力，这也驱使我们加快产品制造技术的不断升级换代，智能制造能力不断强化，以及对于公司在所有人才方面的领域，也要做到加速布局。

【问题】产业链也有一些在往东南亚转移的趋势，我们公司在东南亚自动化的水平跟国内情况相比是类似的吗？是不是在这样的情况之下，如果自动化做得好的公司是否会获得更多的机会或者优势？

【回答】公司至2018年以来持续推动全球在地化的策略，其中包括东南亚的越南、北美的墨西哥均为公司重点拓展的生产服务据点。依靠公司已经非常成熟、先进的自动化应用平台及模块，在越南及墨西哥的工厂可以快速搭建当地智能制造能力。但这要基于一个前提，基于当地每家工厂劳动力成本和自动化投资以后能够带来的效益提升，重新去做财务可行性的评估，公司并不会盲目的去在海外低成本制造中心铺设自动化。在技术层面，公司的策略是希望能够将智能制造做到在不同的工厂可快速复制、铺设，再根据当地工厂实际的情况和产能以及自动化的需求来做相应的调整。

越南厂地处越南海防，今年是全年生产的第二个年度，当前生产的产品以智能穿戴产品SiP模组为主。这项业务，在公司上海的工厂已经非常成熟，公司根据越南厂目前的劳动力成本等因素综合评估，已经开始把在国内开发出来的自动化平台导入到越南海防厂。目前，其产品良率已经非常接近上海厂的水准。相信随着公司自动化不断的导入，越南厂的效益、运营效果、品质方面等表现，在不久的将来会达到或超过公司在国内其他厂区。

【问题】最近大家也在讨论关于SiP方面，在可穿戴方面的一些份额的部分讨论，有些产品以前份额很高。不知道未来如果一两年展望份额的话，应该会怎么？

【回答】近年来，在公司生产的SiP模组的各个细分领域里面，有不同的新供应商参与竞争。从商业模式的角度来看，客户是希望供应商结构上面有一定的竞争，以降低成本，但在整个份额分配上，还是保持了主供应商和第二供应商各自合理的份额分配。从过去几年的竞争状况来看，公司在通讯类、手机相关的模组方面，公司持续保持着主要供应商的地位；智能手表的模组方面，因客户导入了第二供应商，公司不再是唯一供应商，从这几年竞争的结果来看，公司依然稳固第一供应商的位置。

	<p>SiP业务的份额变化对公司的影响还比较有限，最主要还是终端市场的需求影响更显著。如果后续公司主要客户的产品在市场销售层面上或者在技术创新层面上带动销售能够有更好的表现，或是推出新的具备市场领导力的产品，这对公司的SiP业务也会有显著的带动作用。</p> <p>此外，公司一直在拓展SiP模组新的业务机会，比如安卓系的智能手机就具备广阔的业务前景。在智能穿戴产品方面，无论是手表、耳机、XR产品，这些都是将来公司可以去努力拓展的业务方向。</p> <p>公司在2020年底设立了MCC（微小化创新中心），过去几年成绩斐然。2023年MCC设计相关产品的营收，总量受需求端的影响有一定的下降，但在这之前都保持了持续较快的增长。展望未来的2-3年，SiP在智能手机、智能穿戴设备方面，相信会有更多的市场拓展机会。</p> <p>【问题】云端和存储方面，一方面看到这个市场，特别是存储行业景气起不来，云计算也是大家特别关注的一个领域，想再请教一下。</p> <p>【回答】在云端及存储板块，公司前三个季度下滑幅度较大。其中，在服务器和工作站主板的业务中，相对于今年中报的降幅有扩大，下降了15%。存储和数据交换的业务中，相比中报的下降幅度有所收窄，中报时下降幅度约50%，前三季度的降幅不到40%，主要是交换机相关的业务增长较快。电脑适配器及拓展坞的业务中，前三季度整体降幅仍然较大。预计全年云端及存储业务下降幅度仍然达30%。</p> <p>展望未来，公司会加强AI服务器业务的拓展，包括挖掘边缘服务器的业务机会。在交换机领域，明年的景气度依然不错，交换机明年持续的成长机会，能够一定程度弥补公司在数据网卡方面业务的减少量，有望带动整个数据交换业务（交换机&数据网卡）恢复至2022年的业务水平。</p> <p>【问题】看到第四季度的目标营收环比有恢复，能否介绍一下相关的情况？是否通讯类产品会受到环比的提升？其他产品四季度的展望如何？</p> <p>【回答】前三季度通讯类产品降幅相对变大，主要是与手机相关的业务第三季度同比下降的幅度比较大的原因。第四季度通讯类相关的模组产品，同比下降幅度会收窄，比第三季度有好转。消费类产品中的模组类产品，第四季度的情况依然不太乐观，同比下滑的状况预计仍然会持续，在消费类产品当中一些非模组的产品，比如视讯产品、特殊产品全年略有成长。</p>
--	--

	<p>在车电业务中，为应对汽车市场的价格竞争，公司产品策略有所调整，针对毛利率受影响比较大的，如车身控制相关的部分产品做了结构性调整，车电业务今年全年增长的幅度比公司年初预估的要低。今年全年，跟功率相关的产品营收会约占车电业务的20%，智能座舱和域控制器方面的营收约占车电业务的25%，车身控制相关业务从去年接近40%的比重下降到今年不足30%的水平，飞旭的车电业务占到公司车电业务营收的25%，相比去年是提高了5个百分点。</p> <p>【问题】请教一下关于自动化的问题，在不同客户终端的产线上，自动化水平的差异如何？以及不同终端产线自动化投资目前是怎么分配的？</p> <p>【回答】公司在智能自动化投资方面并不会因为产品类别的不同或者客户端的不同而去区别对待，都是统一的按照公司策略制定的投资效益评估来做决判。目前劳动密集度比较高的产品线，导入自动化的回报率表现更好，当然这还取决于这家工厂所处的国家和地区，跟当地的劳动力成本密切相关。</p> <p>在SiP方面，产品种类较少，单品类产能需求大，智能自动化的生产模式则更能辅助我们做好这类产品。这些年SiP也面临着竞争加剧，通过结合智能制造的策略，公司的竞争力持续提高，取得的成绩和行业地位有目共睹。在非SiP产品方面，产品的种类更多，更具多样性、客制化，每个产品的产能需求也相对更低一些，这些产品类别虽然千变万化，但有一项是不变的，我们需严格按照财务制定的投资效益评估标准来执行智能自动化策略。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年10月25日