

证券代码：300976

证券简称：达瑞电子

东莞市达瑞电子股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-001

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：_____
参与单位名称及人员姓名	博时基金管理有限公司、广东竣弘投资管理有限责任公司、平安基金管理有限公司、广东复昇投资有限公司东莞分公司、深圳民森投资有限公司、深圳正圆投资有限公司、安信基金管理有限责任公司、国泰君安证券股份有限公司、上海清淙投资管理有限公司、深圳市前海鑫鼎基金管理有限公司、银华基金管理股份有限公司、兴证全球基金管理有限公司、北京致顺投资管理有限公司。
时间	2021年5月19日9:30-11:30
地点	广东省东莞市东城区同沙科技园广汇工业区达瑞电子二楼会议室
上市公司接待人员姓名	董事长李清平先生、董事、董事会秘书付华荣先生、副总经理吴玄先生、财务总监张真红女士。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>问：公司目前在结构性器件方面主要还是以耳机为主，您对AR/VR这个行业的看法如何？在AR/VR方面是怎么布局的？未来有没有机会做苹果的VR产品？</p> <p>答：我们相信未来AR/VR技术会在工业、商务、生活等领域应用的比较多，比如说旅游、社交、包括一些需要展示的场景如电梯维修等，娱乐游戏领域我们认为做的最好的还是索尼，但一年也只有百万级的销量。所以未来如果在其他领域的应用场景发展起来，整个量还是很可观的。</p> <p>我们的策略主要还是跟着大客户走，在VR领域，结构件是我们有积累和储备的领域，我们会先从自己擅长的领域切入，再加大市场开发跟研发力度，向核心领域逐渐靠近。</p> <p>公司已经深耕苹果产业链十多年，对苹果的风格，以及他们对供应商的要求都是很熟悉的，2020年，我们又拿到了苹果的直接供应商资格。加之我们在VR的结构件上面又有多年的积累，因此我觉得未来还是有机会的。</p> <p>问：OculusVR的产品介绍，占公司的销售额的比重，未来预计增长如何？</p> <p>答：公司供货的OculusVR产品主要是头戴结构件及便捷携</p>

带盒，交货给其组装厂商歌尔等，近两年占公司销售比重约2%-4%。

就目前情况来看，随着疫情的变化，VR 除未来应用到工业领域，还会渗透到生活方面，比如居家办公、教育等，市场目前整体趋势是向上的，公司在 VR 的结构件产品线上面，对工艺和技术已经有了一定的积累，对于未来，我们虽然无法预测准确的增长数字，但我们还是保持一种谨慎乐观的态度。

问：公司销售收入中，三星占比较大，目前在 OLED 屏领域，国内的京东方的份额也在慢慢提升，未来是否考虑开发京东方？

答：国内 OLED 屏生产厂商是我们的开拓市场的目标之一，但是基于客情、地域及其固有的供应商、产业链等原因，我们想要进入国内的 OLED 屏产业链，还需要时间去开发。

问：我们看到公司有在越南投资设厂，越南公司投产后，对三星的销售份额会不会提升？

答：我们在越南设厂主要是跟随客户的发展脚步进行布局，目前来看，我们占三星的份额还是很小的，未来是有一定的增长空间的。

问：我们看到公司供应给三星视界的功能性器件，有部分应用于苹果的手机，苹果可以指定这部分产品由公司来做吗？

答：我们了解的情况目前应该是没有指定的，三星视界的 OLED 屏在行业处于绝对龙头地位，它对自己的供应链进行独立管理。

问：去年华为事件是否影响公司对三星的销售？

答：去年对公司与三星的销售是有一些影响的，今年已经有其他的订单填补回来了。从现在的 OLED 市场状况来看，手机市场整体出货量变化不大，三星视界的 OLED 屏在行业处于绝对龙头地位，且 OLED 屏用于手机的占比在逐渐上升，因此华为减少的量将会被其他手机品牌的量填补回来，对公司与三星的销售影响不是很大。

问：功能性器件和结构性器件的主要壁垒的具体在什么地方？

答：1) 客户资源的壁垒，知名消费电子及其组件生产商对其供应商的认证非常严格，会全面考察供应商的产品质量、公司信誉、供应能力、财务状况、产品价格和社会责任等各个方面，认证时间较长。同时，客户实际订单一般具有定制化程度高、小批量、多频次、开发周期短等特点，这对供应商的客户服务能力提出了较高的要求。此外，工业领域的这些客户的供应商要保持产品供应和质量的稳定，会有一定的延续性，不会轻易更换供应

商。

2) 技术壁垒：公司经过多年发展，发展了一系列满足客户需求及行业发展趋势的核心技术工艺，在产品的加工精度，多层材料复合的等技术上已经形成一定壁垒，为产品的稳定性、可靠性提供了基础。

3) 综合服务能力的壁垒，高端客户的品质、良率等要求很高，消费电子功能件和结构件要在产品上达到客户的要求，综合的技术水平、工程开发、品质能力、反应速度、生产规模甚至财务能力要能跟上，需要一定的经验和积累的基础。

问：公司是如何开拓客户的？

答：首先我们在获得客户的给予的机会前，我们会保持跟客户一些特定窗口的沟通，及时关注客户的需求；

在获取客户的需求信息后，我们会对客户的需求进行深入的研究，深挖客户需求，针对客户痛点，结合我们自身的技术、品质、规模等综合服务能力优势，给出我们最好的解决方案。

问：与同行业如领益智造对比，我们的竞争优势和战略是怎样的？

答：我们其实是在做差异化的竞争，在产品与客户结构上是有差异的。我们目前主要是在精密部件的赛道上，如 OLED 屏跟 FPC，在我们对材料、产品、工艺、技术、自动化能力、综合的解决方案到达一定的程度后，我们才会针对性的去选择，在其他领域做对应的拓展。

问：苹果客户的玻纤板产品介绍、未来应用场景、会不会取代现在的手机玻璃/塑胶后盖成为新的主打产品？

答：目前苹果的玻纤板产品主要是用于平板的保护套及键盘，玻纤板材料是一种功能性的复合材料，具有密度低、强度高、DK 值可控的特点。有些材料跟技术不是说一步创新出来，很多年前就有，但是它缺少应用场景，缺少芯片和对应的技术支持。目前已经有部分终端品牌已经开始使用玻纤板用于手机后盖和平板后盖了，未来应用场景可能还会更加广阔。

问：客户对产品提价的是否敏感？

答：客户对产品的提价是敏感的，因此，对于供应商来说，产品的成本管控能力尤为重要。公司发展多年，通过原材料采购管理、设备改良、工艺升级、生产信息化等提高材料运用效率、提高产品良率和生产效率从而整体降低生产成本，在成本管控上形成了自身的优势。

问：原材料涨价的影响，如石油涨价，对我们的生产成本的影响？

答：目前从我们公司的情况来看，涨价带来的影响很小，可能我们公司的采购端会感受深一些，首先从石油到加工成我们使用的原材料，中间还有很多环节，可能价格传导有一个过程，其次来说，对于老产品，可能会有一些成本压力，对于新产品来说，客户的各家供应商面临的原材料成本都是一样的，所以在报价的时候会加上原材料上涨的成本，这个成本压力会直接传导到下游。消费电子行业更新换代比较快，定制化程度高，产品更新快，因此，总的来看，对我们影响不会太大。

问：下游缺芯会对我们造成多大的影响

答：下游缺芯确实会给整个行业带来一些影响，包括我们在跟客户沟通的时候，有个别客户也向我们表达了这种担忧。因为我们目前的主要客户都是一些行业大客户，因此他们的芯片供应还是会得到优先保障的，总的来说对我们的影响可能会小一些。

问：缺芯对国产手机影响预计怎么样？对公司有哪些影响？

答：国产手机我们主要是通过三星视界间接供货，公司的产品应用在三星的 OLED 屏上，经三星加工组装后供货给国产手机组装厂商并最终应用于终端手机上。目前来看，首先 OLED 屏主要用在各手机品牌的中高端机型上，各手机品牌厂商都会优先保证中高端机型的芯片供应；其次，OLED 屏用于手机的占比在逐渐上升，三星在 OLED 屏领域由处于绝对龙头地位，属于卖方市场，因此对公司来说，影响不大。

问：结构件的毛利率跟行业比毛利率偏高，毛利率高的原因是什么？

答：最主要的还是产品和客户的差异化，我们所做的结构件很多都是 softgoods（软性包装产品），跟传统的金属结构件不太一样，材料、工艺、形状相对会复杂很多，包括进行自动化生产的难度也会大很多；其次，公司的结构件主要应用于头戴式耳机、VR 等产品，传统结构件主要应用于手机、电脑等，耳机和 VR 相对来说市场竞争没有手机和平板那么激烈，配套的产业链资源也没那么强，因此我们的利润空间会相对大一些；再者，我们结构件对应的客户主要是 Bose、Sony、Jabra 等知名品牌客户，这些客户讲求产品质量的精益求精，更愿意为产品质量支付相应的对价。

问：VR、AR 的代工厂，他们可能未来也想做供应链的纵向的整合，这个会不会对我们有一定的影响？

答：如果他们做起来了，应该是会有影响的，影响程度也存在不确定性。我们认为产业链往纵深方向发展会多一些产品线，多一些上下游。但总的来说，一家企业要做到每一个环节都能精通、每个领域都做到行业第一是很难的，所以还是会有机会的。

	<p>问：Softgoods 目前有哪些公司在做？</p> <p>答：国外的企业如卡仕莫，国内如领益智造有在做，我们在这一块的战略是：保持对行业的密切关注，去发掘一些机会点，根据自己的优势，谨慎的去选择一些项目来做。</p> <p>问：如果说我们做 Softgoods 的优势在于自动化生产，因为它相对复杂，那我们在这块有什么储备？有做一些研发投入吗？</p> <p>答：有的，我们本身就有自动化设备的业务，我们内部针对 Softgoods 产品研发了一条自动化生产线，目前已经到3.0版本了，极大的减少了人工成本投入。这也是我们内部业务协同性的一种体现，未来我们还会根据情况加大投入，自动化是未来的发展方向，未来我们还有很多工作要做。</p> <p>问：目前公司有两千多员工，员工结构大概是怎么的？</p> <p>答：生产人员大概占六成，其他管理、销售、研发等人员大概四成，未来我们还会进一步加大人才储备。</p> <p>问：公司在储能逆变器产品领域有哪些客户？公司预计未来能做到多大规模？</p> <p>答：目前有阳光电源和特斯拉，主要是做功能性器件，我们交易量比较大的是阳光电源，特斯拉处于起步阶段。受益于碳中和的影响，阳光电源未来预计会有比较大的增长，至于公司能做到多大规模确实不好说，一方面看行业和政策，一方面也要看客户给的机会，当然我们也会努力去争取。</p> <p>问：公司目前的固定资产有九千多万，在建工程两亿多，请问公司的固定资产投资和扩产主要是根据自己规划来还是以客户需求为导向？</p> <p>答：在建工程主要是公司自建厂房和工业园项目。公司现在的厂房是租赁的，很难满足的公司规模日益扩大的需求：一方面，现在也有客户订单在起量的阶段，未来可能会进一步增加订单，我们要提前做好规划和布局，包括场地、设备、人才、技术等；另一方面，公司吸引优质客户和人才，也需要一个好的环境。总体来说，两方面因素都会有。</p> <p>问：结合公司目前的扩产计划，公司对未来的的产能增速有没有一个大概的测算？</p> <p>答：不好意思，这个可能会直接跟公司的销售额预测挂钩，不方便透漏。我们只能说，要做大客户，吸引优质客户，一定是要做提前布局的，包括场地、人才、设备、技术、自动化等，客户也要看到我们有一定的基础和储备，才会愿意给我们机会。</p>
附件清单	无