

环旭电子股份有限公司投资者调研纪要

环旭电子股份有限公司（简称“公司”）于 2018 年 04 月 27 日以电话会议的形式于 16:30-17:30 举行了投资者交流活动，会议具体情况如下：

一、参会人员

1、公司参会人员

公司总经理魏镇炎；公司副总经理魏振隆、吴福辉；公司副总经理、财务总监及董秘刘丹阳；证券事务代表 王沛

2、机构参会人员

毕胜资产、标普投资、畅想资产、德邦证券、东方证券、富安德资产、富达基金、高领资本、光大保德信基金、广州证券、国融证券自营部、国泰君安、国泰投信、国信证券、海通电子、海通证券、航天科工财务、昊力资产、宏鼎财富管理、华夏基金、汇丰晋信基金、吉祥人寿、景林投资、凯丰投资、凯思博投资、立格资本、林孚投资、诺德基金、磐石投资、前海开源基金、瑞银证券、上海从容投资、上海哈平投资、上海宏流投资、上海茂典资产管理有限公司、上海仙灵投资、申万宏源、深圳小千资产管理有限公司、盛宇投资、台湾日盛资产、腾信投资、天风证券、西南证券、鑫元基金、兴业证券、银河基金、银石投资、源乘投资、长城证券、招商证券、中金公司、中金证券、中兴威投资管理、中意资产、朱雀投资等。

二、投资者咨询问题及公司回复概要

1、公司 2018 年第一季度的业绩情况？

公司 2018 年第一季度实现营业收入 6,225,834,419.23 元，较去年同期 6,469,863,661.88 元下降 244,029,242.65 亿元，同比下降 3.77%。除产品变化外，美金对人民币贬值也对公司 2018 第一季营收有所影响。

另外，还受行业淡季影响，营业收入减少，主要系通讯类产品及存储类产品营业收入下滑较大。此外，毛利率也受到行业淡季产能利用率不足、汇率变动及部分材料短缺的不利影响有所降低，本期毛利较上年同期减少 98,070,338.27 元，毛利率同比下滑 1.13%左右，有关汇率的影响主要受第一季美金贬值幅度较大的影响，推估汇率变化对 Q1 毛利的影响应可达 1% 左右。

销售费用及财务费用方面，佣金及出口费用的增加造成销售费用的上升，汇率变动的不

利影响造成财务费用的上升。同时由于 2017 年一季度公司的业绩较佳，比较基数较大（主要由于 2017 年第一季度出货量增加，市占率提高），2018 年一季度公司整体营业利润、利润总额及归属于母公司所有者的净利润同比下降，2018 年第一季度实现营业利润 223,806,194.25 元，较去年同期 345,068,451.00 元减少 121,262,256.75 元，同比下降 35.14%；实现利润总额 220,388,086.74 元，较去年同期 349,999,693.73 元减少 129,611,606.99 元，同比下降 37.03%；实现归属于母公司所有者的净利润 187,139,721.40 元，较去年同期 286,671,471.17 元减少 99,531,749.77 元，同比下降 34.72%。

2、公司 2018 年第一季度营收低于指引的原因是什么？第一季度利润同比及环比降幅较大的原因？

公司 2018 年第一季度实现营收 62.26 亿元，较 2017 年第一季度 64.70 亿元下降 3.77%，如以美金计量，2018 第一季美金计量合并营收为 9.77 亿，相比上年同期合并营收美金 9.41 亿还呈现约 4%的增长，但换算成人民币营收下滑 3.77%。营收低于指引的主要原因是第一季度是电子行业传统淡季，加之二月份受春节因素，产能利用率偏低利用偏低，并由于主要客户手机出货不及预期需求不足使得出货减少，其中通讯类营收下降较多。

2018 年第一季度归母净利润为 1.87 亿元，较去年 2.87 亿元下降 34.72%，主要由于进入行业淡季营收有所下降，同时产能利用率不足、汇率波动及部分材料短缺造成毛利率下降，毛利下降 9,785 万元。同时佣金及出口费用的增加造成销售费用增加、汇率波动的不利影响造成财务费用增加，使得公司净利润下降幅度较大。同时由于 2017 年一季度基数较大，也造成 2018 年一季度同比下降比例较大。

3、2018 年第一季度毛利率下降幅度较大的原因？毛利率水平后续是否能够恢复正常？

2018 年第一季度毛利率 10.31%，较 2017 年第一季度 11.44%下降 1.13%。主要由于淡季产能利用率不足成本上升，同时人民币对美元升值，对应收账款产生不利影响。同时，高毛利产品占比减小，影响公司整体毛利。

随着后续公司产能利用率的逐步提升，预计后期毛利将有所恢复，但毛利水平仍将受到汇率变化及产品结构的影响。

4、公司 2018 年第一季度分产品类别营收变化情况？

公司 2018 年第一季度分产品类别的营收来看，通讯类由于上半年行业淡季影响出货不及预期，使得营收下降；存储类产品由于客户订单减少营收下降。其他消费电子类、电脑类及工业类产品的营收均有增长：其中消费电子类产品由于出货量增加营收增长，工业类产品营收增加主要为去年同期客户处于产品交替期，今年的出货恢复正常并稳健增长。电脑类产品营收增加主要由于客户订单增加。

5、公司 2018 年第二季度的业绩展望，毛利情况？业绩指引？

由于工业及电脑类产品有新项目，2018 年第二季度预计有所回升。第二季度毛利预计没有第一季毛利那么大的波动。

6、公司对 2018 年的定位还是一个扩展年吗？

是的，公司对 2018 年的定位是扩张的一年。到目前公司已经公告拟设立合资公司的两个项目，一个跟高通，另外一个跟曙光。另外，公司的墨西哥厂也有新客户及订单满足北美当地客户的需求增加产能；昆山由于新业务的导入也计划增加部分产能；深圳厂也在考虑改建更大的厂房以应对未来的成长。同时，汽车电子部分基于欧洲当地的汽车厂对公司产品的需求较大，公司计划在东欧设厂。一些生产工业产品的公司，我们也计划开展一系列的策略性合作。总的来说 2018 年对公司来说，各项投资会有不同的进展，也为未来的发展奠定了基础。我们会秉承一贯稳健的原则，寻找长期策略发展机会。

7、现在看起来是否我们在里面的份额是维持一个相对比较稳定的？之前也有一些传说有可能会新的供应商进来，我估计现在还是我们作为唯一的供应商，是不是未来也可以这样预期的？

目前来讲，一开始有提到，以我们目前微小化部分的领先，我们有信心维持现有的份额，而且从未来越来越复杂的产品来讲，我们领先的幅度会越来越大，这也体现在像高通这样选择我们成为合作伙伴的专案。客户那边我们还是非常有信心在一段期间内维持现在这样一个份额。但涉及到不合理价格的竞争，无利可图，我们会主动调整我们的产能。

8、美元对人民币贬值对公司毛利的影响？

公司大陆地区以外主营收入占比 80%以上，主要交易以美元报价为主，制造成本会受益于人民币相对美元贬值，但美元升值对公司的美元借款会有负面影响，总体而言公司会受

益于人民币相对美元贬值。公司将会持续针对美金收付部位的差距进行必要避险操作，使汇率变动对公司的影响降到最低程度。第一季汇率波动较大，对公司产生不利影响，体现在财务费用增加了人民币 2,400 万。

9、公司与高通合作在巴西建厂的进展如何？

针对高通的部分，公司在 2 月签了合作备忘录正式，现在涉及到跟高通的一些新的产品上市，还有一些公司与高通之间的合作模式的讨论，在签约完成之后，合作双方会就这些商业条款、未来的营业计划及双方合作方式明确之后，合作协议生效条件达成，之后才设立合资公司。我们很有机会在今年把合资公司设立完成。合资公司设立以后，初期因为新产品需要有市场的销售测试，我们会先从现有的产能制作相应的产品来销售客户端，市场打开到一定水准以后，并且满足了设厂的前提下，也能够当地取得相应的政府支持的时候，我们会正式在当地设立合资的工厂。所以这个方案是说，我们是先有了市场，有了销售，我们才会去真正在当地增加投资，设厂的投资。所以对我们来讲是一个比较有顺序，比较安全的一个投资。特别是我们合作的对象在市场影响力非常高，所以我们对这个案子非常有信心。

10、我们今年产品数量会有所增加和减少吗？比如像通讯、GPS、指纹识别等产品，会有所增加减少吗？

目前来讲，因为我们跟主要客户是长期合作的关系，特别在 SIP 在业界里面我们还是有很大的领先优势，我认为只要价格合理，不是价格竞争的产品我们都会持续占有目前的份额，甚至有一些产品我们是主要的供应商。

至于未来会不会增加新的应用，我们通常会接到客户的需求再进行，这个取决于客户最终会把一些应用到今年出来的手机上面，这个部分，一个是说不方便讲，另外一个部分还是会有一些变数，因为毕竟要等到这个技术成熟之后才会真正应用在量产上面，现有的产品只要没有一些不合理的价格竞争，能够确保我们的一些获利，我们会持续的来做。只要在这个前提之下，我们无论在份额上，跟在供应的量产能力都不会成问题。

11、今年是扩张年，之前看到我们跟高通在巴西的合作有参与进去，不知道其他的一些合作像日月光会不会参与其中？大概的形式是怎么样的？产品线或者是客户的提升。

我们说扩张成长之下，全世界制造体系正在做一个转变，现在看到局部的需求在东欧的部分，在全美、南美，都有这个现象，目前我们只有亚洲、墨西哥北美，欠缺就是东欧跟南

美。南美我们有跟高通的合作案，东欧我们在积极物色标的，这是全球的布局。至于国内本身的扩张，我们在上海张江已经有准备新的工厂建构，在华南除了既有的据点，我们将会更大的厂区，这就是新据点的扩张，要符合这个时代的趋势。

我们在技术上、品质上一直站在领先的地位，未来要把这个市场再扩大，是通过让设计时间缩短，使成本下降。我们上个月在昆山也跟中科曙光签署一个备忘录，针对国内市场的合作。

12、看到日月光有些扩张的动作，有的就是为客户服务的，有的是去延展产品线的，这两块对于我们的影响，之前你们也提到，今年处于布局年，很难有重大贡献，但是通过一系列的布局之后，看到我们的成长空间在被打开，在未来几年会迎来比较快速的增长，所以这个扩张前面提到两个方向，我们的思路是怎么样的，日月光的思路是怎么样的，能不能再解释一下？

日月光这边我们不方便代替解答。环旭电子在既有的领域没有扩大，产品会随着时代的变动做一个提升，服务的据点全球化布局。

从我们的产品线来看，我们跟高通的合作案归类于这个方面，我们因为这样的合作案增加新的客户跟新的模式，这是一个方面。针对消费型部分，主轴还是来自于主要客户的未来成长，我们会配合扩充产能。有关刚刚提到的曙光的部分，是在储存方面，我们跟新客户合作模式之下去设立一个新的子公司。在工业类产品方面，我们在墨西哥去扩厂，主要也是来自于一个工业类的产品有一个新客户的扩张，更重要的是说，这些工业产品会涉及到交货期跟最终出货的组装，所以有必要在就近提供，这是根据现有产品新客户需求扩张。

在汽车电子产品整个供应链上，我们可以在美洲通过墨西哥支持，在亚洲通过上海来支应。过去在欧洲的部分，我们是通过上海来支应，往往会涉及到交货时间跟运输成本的问题，很多汽车电子的公司都希望就近有类似的供应商。所以我们主要在欧洲的部分，我们初期的着眼点是这样，这样布局下去会带来其他新订单的效应，我们在这边增加据点，不仅是带来我们原来想要的产品，还有很多工业类产品认为需要在欧洲增加新的案源，这样也会带来新的效益。

国内的一些扩张，不管是昆山、深圳厂，都是因为现有的客户非 SIP 的客户需求增加，在这个过程中也有接到一些新的订单，所以这是整个我们的思路，我们是希望继续我们丰富平衡的策略，通过产品及交货地点的丰富及合作模式的丰富，这样才能应对整个大环境的变化。如果还是用原来的模式，我们可以确保现有营收的规模，但是实际上未来的挑战会越来越

越大。

13、在消费性的部分公司在准备一些产能的扩张，相比原有的产能有什么样幅度的扩张呢？

目前来讲，不会涉及到个别客户的量，因为我们消费性的部分扩充会是一个升级的扩充，把我们原来的产线的不足的部分，把它补齐。以我们目前来讲考虑最终市场销售的状况来做一个调整。

14、我们的产线是 2014 年就投产给主要客户备货，因为我们都是 5 年折旧，是不是可以这样理解，2019 年以及 2019 年以后整个业务的毛利率会有比较明显的上升？

产品的升级还在持续，我们初期投资这样一个新厂，会因为它的设备特殊性，或者它的通用性，我们有不同年份的折旧，通讯设备，一些设备共用性很高，升级的部分没有需要太多的金额，除非整个量有大幅度的增加产线。

针对升级产品都会有一些特别设计和改进制成，我们会配合他的生命周期提列折旧。

15、关于环维单从制造的情况来看怎么样，单从制造是怎么样？今年的量是不是会更好一点？盈利能力是否会更好一点？

环维的部分在损益平衡点以上，一季度较于去年四季有一个淡季的情况，比去年同期是有所上升的。如果能够维持获利的情况，未来需求能够提升的话，获利情况一定会逐步的改善。