

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 2022 年第一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 checked="" type="checkbox"/> 其他（Webex 网络研讨会）
时间	2022 年 4 月 27 日
地点	线上会议
上市公司 参会人员	魏镇炎（总经理）、史金鹏（董事会秘书）、刘丹阳（财务总监）
参会机构名称	中金公司、Sinopac、中信证券、Morgan Stanley、远策投资、宇博投资、广发证券、五矿证券、东方证券、Goldman Sachs、兴业证券、华泰证券、开源证券、西部证券、中泰证券、华创证券、玄卜投资、Credit Suisse、IGWT Investment、富邦证券、保德信投信、天风证券、国盛证券、汇丰前海证券、骅逸永兴资产、恩宝资产、淡水泉、宇博投资咨询、逸海投资、JP Morgan、CGS-CIMB、中泓汇富资产、中金公司、长信基金、雷根基金、钜洲投资、万家基金、西南证券、华鑫证券、国信证券、瓴仁私募、明河投资、上海证券、信诚基金、易米基金、朱雀基金、汇丰晋信、凯岩投资、中信建投、中银国际证券、德邦证券、仁桥资产、UBS、首创证券、AXA IM、英大保险资产、九泰基金
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司财务总监刘丹阳先生介绍公司 2022 年第一季度经营情况</p> <p style="text-align: center;">【营收及构成】</p> <p>2022 年第一季度实现营业收入 139.54 亿元，较去年同期的 109.35 亿元同比增加 30.19 亿元，增幅 27.61%。公司 2022 年第一季度各类产品均实现营业收入同比增长，其中：通讯类产品实现营收 55.32 亿元，同比增幅 35.54%；消费电子类产品实现营收 39.90 亿元，同比增幅 15.65%；电脑及存储类产品营收 14.09 亿元，同比增幅 41.85%；工业类产品实现营收 19.04</p>

亿元，同比增幅 14.73%；汽车电子类产品营收 8.96 亿元，同比增幅 52.64%。新增的医疗类产品营收 0.54 亿元，同比增幅 7.80%。

公司 2022 年第一季度产品别营收占比为：通讯类产品占比为 40%，消费电子占比为 29%，电脑及存储类产品占比为 10%，工业类产品占比为 14%，汽车电子类产品 6%，医疗电子类产品占比为 0.4%。

【营业毛利】

2022 年第一季度实现营业毛利 12.94 亿元，较去年同期的 9.36 亿元同比增加 3.58 亿元，同比增幅 38.24%。2022 年第一季度营业毛利率为 9.27%，较去年同期的 8.56%增加 0.71 个百分点。第一季度在材料占比提升的不利因素下，公司营收成长透过公司管理及生产效率的提升，维持了人工及制造费用的稳定，使毛利增幅优于营收增长幅度并改善毛利率，实现了公司的规模效应。

收购法国飞旭的资产溢价摊销（PPA）对 2022 年第一季度毛利率影响为 0.07%，去年同期对毛利率影响较大为 0.3%，排除此影响后毛利率仍有约有 0.5%的提升。

【营业利润】

2022 年第一季度实现营业利润 5.00 亿元，较去年同的 3.11 亿元，同比增加 1.89 亿元增幅高达 60.41%。营业利润率为 3.58%，较去年同期的 2.85%增加了 0.73 个百分点，营业利润率除来自生产效率的提升外，费用的控管也达到了成效。

其中收购法国飞旭的资产溢价摊销（PPA）对 2022 年第一季度营业利润率影响为 0.09%，对去年同期营业利润率影响较大为 0.33%。

【净利润】

2022 年第一季度实现净利润 4.39 亿元，较去年同期的 2.45 亿元，同比增幅高达 79.38%。净利润率 3.15%，较去年同期的 2.24%增加 0.91 个百分点，如果扣除资产溢价摊销影响，净利润率为 3.21%，较去年同期净利润率为 2.49%有 0.72 个百分点的提升。

除了收购飞旭的资产溢价摊销对获利的影响外，2022 年还有惠州新厂增加的前期费用及第一季度可转债的利息费用摊销也有所增加。

【期间费用】

第一季度销售、管理、研发及财务费用合计金额为 8.13 亿元，较去年同期的 6.47 亿元，增加 1.66 亿元；然而通过费用管控，期间费用占营业收入的比重从去年同期的 5.9%下降到 2022 年第一季度的 5.8%。各项费用增加主要原因简单说明如下：

- (1) 销售费用在营收成长下仅小幅增加 155 万；
- (2) 研发费用小幅增加 0.93 亿，主要是人事成本增加及研发新产品的材料成本增加；
- (3) 管理费用小幅增加 0.31 亿，主要来自人事成本；
- (4) 财务费用增加 0.40 亿，主要为增加认列可转换公司债利息的费用摊销所致。

【现金流量】

(1) 经营活动产生的现金流量净额，2022 年第一季度为净流入 16.94 亿，较去年同期的净流出 2.17 亿明显改善，主要因去年第四季及今年一季度营业收入增长，收回货款较多所致。

(2) 投资活动产生的现金流量净额，2022 年第一季度为净流出 5.54 亿，较去年同期净流出 2.29 亿，增加主要系本期固定资产投资增加所致。

2022 年第一季的新增资本支出的金额约 0.4 亿美元，换算人民币约 2.56 亿。目前预计 2022 年全年资本支出为 2.7 亿-2.8 亿美金，与 2021 年相当。主要用于设备投资，其他为厂房及 IT 信息设备的投资。

(3) 筹资活动产生的现金流量净额，2022 年第一季度为净流出 4.19 亿，较去年同期净流入 35.24 亿，减少主要系本期偿还境外银行长期借款所致，去年同期有大额流入为完成可转债发行所致。

【主要财务指标】

2022 年第一季度总资产 349 亿元，货币资金 67.4 亿元，较 2021 年底增加 7.0 亿元。总负债及有息负债同比减少主要系偿还境外银行长期借款所致。归属于母公司所有者的权益 134 亿元。负债率有所下降，为 61.57%。

2022 年第一季度扣除非经常性损益后的净利润为 4.1 亿，同比增幅高达 101%，主要为受金融资产评价及政府补助金额的变化，造成扣非后净利润优于净利润，同比增长更多。

2022 年第一季度，总资产收益率为 1.36%，优于去年同期的 0.86%；加权平均净资产收益率为 3.31%，优于去年同期 2.00%；每股收益为 0.20 元/股，优于去年同期的 0.11 元/股。

现金周转天数由去年第一季的 45 天延长到 2022 年第一季的 53 天，增加 8 天，主要受全球生产原物缺料短缺，造成存货周转天数延长所致。

2022 年第一季度税息折旧及摊销前利润 (EBITDA) 为 7.85 亿，较去年同期 5.85 亿增加 2 亿，增幅 34.23%。

【总结】

2021 年第一季实现营业收入 139.5 亿元，由于一般在第四季出货旺季营收水平最高，因此较去年四季营业收入环比下降 25.71%，但同比的部分增幅为 27.61%，超出今年年初对 2022 第一季营业收入的同比增长预期（预期 20%~25%）。

预计 2022 第二季度会受到防疫管控影响及原物料短缺等外部因素的影响，而产生出货延迟的效应，预计第二季的一部分业绩将会递延至下半年。目前，预估今年第二季度营业收入与去年第二季度同比仍有 20~25%的增长；今年第二季度单季营业利润率同比仍会有所提升。

尽管有防疫管控及供应链紧张的不确定因素，2022 全年的营业收入的成长幅度仍有机会超过去年全年成长幅度。

二、公司董事会秘书史金鹏先生介绍公司近期抗疫情况

国内 3 月以来的疫情大爆发源自香港，深圳冲在最前线。春节结束后，不断的境外病例输入，深圳面临的抗疫挑战持续升级。3 月 13 日深圳发布通告，全市公交、地铁停运，人员非必要不离深，在全市范围内开展三轮全员核酸检测。疫情让深圳率先按下了“暂停键”，公司的深圳工厂也因此停产一周。

深圳厂的停工停产给 USI 的经营体系拉响了警报，公司马上启动 War Room Meeting，也就是战情会议。会议由总经理魏总亲自主持，亚太区各工厂总经理及公司 BU、FU 的主管参加，各工厂针对疫情汇报情况，讨论政府政策、防疫措施、供应链和物流对生产的影响等。

War Room Meeting 是环旭电子应对突发经营风险的内部管理机制，会议可以根据风险等级，工作日的每天召开、每两天召开、每周召开两次或每周召开一次。2018 年美国提高中国出口美国关税、实体清单企业调查，还有 2020 年初新冠疫情在武汉爆发时，公司都及时启动 War Room meeting 机制，通过这个机制可以让全公司紧急动员，应对风险。

三月中旬公司 War Room Meeting 启动后，公司 BU 开始和客户协商订单和交期调整，供应链也协助工厂解决物流和运输问题，深圳厂或惠州厂从香港进口是的物料，迅速从陆路的公路运输改为海运+短途接驳等。PPT 里滚动播放的图片是 3 月 21 日深圳厂复工后，深圳厂和惠州厂的抗疫照片。

抗疫主战场很快从深圳转到了上海。3 月下旬，上海疫情爆发。3 月 28 日，上海浦东正式启动城市封控。有了深圳的预警，上海厂区提前开始准备，储备生产物料和防疫物资。所以在浦东正式封控前，公司上海的三个厂区已启动封闭管理，超过七成的一线员工能够坚守工作岗位。公司在第一时间紧急采购基本生活物资，例如睡袋、睡垫和个人卫生物品，以确

保厂内每一位员工有安全和比较完善的居住环境，确保员工 24 小时的用餐和营养需求。接着厂内紧急设立了热水淋浴洗澡间、洗衣及晾衣设备，增加卫生打扫、消毒的频率等。

尽管做了比较充分的准备，但随着封控时间的持续延长，困难远比想象的严重。为保证物料进场和正常出货，保证封闭在工厂及生活区的员工的日常生活，工厂运营团队夜以继日、想尽办法，期间也得到了政府相关部门的物资支持和各种帮忙。为调动员工士气，也开展了诸如“线上 KTV”等多项文娱活动。尽管上海封城“满月”，上海厂区未停产一天，这也是在当前极其困难的条件下完成的“Impossible Mission”。

4 月 8 日，昆山开始封城，4 月 15 日，苏州厂所在的吴江开始封城。有了上海经验，昆山和苏州厂应对疫情就更加从容，总经理身先士卒进入工厂封闭区，在物流保障、厂区封闭管理、生活物资储备和保障等各方面工作更加有条不紊。

截至 4 月 22 日晚，苏州厂结束封闭管理，这是个好消息。希望上海厂区和昆山厂区也能够尽快结束封闭，逐步恢复正常节奏。

相信大家能看到，在疫情造成绝大多数企业停工停产的情况下，环旭电子依靠 War Room Meeting 的应急管理机制、团队执行力、员工凝聚力和政府支持，环旭电子能够将“Impossible”变成“Possible”，展现了强有力的“企业韧性”，这种“韧性”不仅是公司应对经营环境变化的能力，更是公司“靠谱”的经营文化和“核心竞争力”的展现。

公司一季度的经营业绩是非常好的。就疫情对公司经营业绩的影响来看，公司 4 月份预期仍能实现同比营收增长，但是增长幅度会比预期低一点，失去的一些营收相信在五、六月份能够追赶回来一部分。刚刚刘总谈到，预期第二季度公司的营收目标是同比增长 20%-25%，在营业利润率方面能够保持提升。在成本方面，预计疫情造成公司第二季度营运成本增加将近 300 万美金，其中约 50%是增加的直接和间接人工成本，30%是增加的防疫物资成本，还有 20%是增加的物流运输成本。

三、投资者问答概要

【提问】 公司一季度业绩非常不错，同时我们也看到了二季度的指引是非常强劲的，一季度公司产品增长的是比较快的包括通讯、电脑和存储以及汽车电子。各位领导能不能分享一下这几块产品成长比较快的背景是来自于哪些方面？

【回答】 一季度同比增长最快的是汽车电子。公司的汽车电子业务经过最近这两年的耕耘，在 2021 年，就实现了 50%的同比增长，今年预计增速有继续提高的可能，一季度的增长一定程度上受到了供应链缺料的影响。

在电脑和存储业务板块，增幅也很好，主要是受到客户的需求拉动。公司也在积极的增加海外产能，比如说墨西哥厂的产能，以满足北美市场的新增订单。

存储类业务，公司最近两年在国内新客户拓展方面取得了长足进步，国内的厂商，无论是上游的存储 IC 厂商，还是做 SSD 产品开发的厂商进步很快，这方面公司也是受益者。

在通讯类产品方面的成长主要得益于公司 WiFi 模组的较快增长。这里面核心的因素是公司服务的核心客户，手机产品增长比较快，还算是不错的，公司在份额上也表现非常好。取得这样的成长，也有 WiFi 主控 IC 涨价的因素，扣掉涨价因素对营收的拉动，相信公司 WiFi 业务今年的增长幅度应该也是会同比有很不错的表现，全年增长应该都是挺好的。

【提问】看到二季度的指引也非常不错，比如说二季度分产品类来看，是不是这三块业务会增长比较快，还是会有新的变化？

【回答】就二季度而言，汽车电子的增长应该是会继续保持。在电脑及存储类产品方面，营收应该也会持续表现不错。在 WiFi 模组和 SiP 方面的业务，因为季节性的因素，二季度成长会略受影响。

就二季度的整体营收来看，目前预计有 20%-25% 的增长机会，其中非 SiP 的业务带来的贡献会更大。

【提问】请问现在在疫情封控之下，上半年的运营成本有怎样的变化？

【回答】虽然在一季度营业收入有所成长，同比大概增长了 27%，其实公司人工成本会维持相对的稳定。目前直接制造人工成本是 2.7 亿左右，和去年基本持平。二季度按照目前营业规模来看，如果没有疫情影响还是会维持这样的水准。

整体而言，因为二季度抗疫成本的增加，大部分会体现在人工成本上，总额会有近 300 万美金的增加。即便综合考虑这些因素，同比来看，营业利润率仍会有所提升。

【提问】最近人民币在贬值，汇率对业绩影响的弹性怎么样？

【回答】由于公司主要是以人民币报表公告损益，公司主要涉及的交易货币除了人民币之外还有美金、台币、欧元以及一些小币种，比如墨币和越南盾。公司主要的交易也是以美金计价，再将其换算成人民币报表金额。海外子公司的部分，也会按照当地的货币换算成美金再合并，再换算成人民币报表。

因此汇率变动对公司的影响主要是两方面：

一是有关经营层面，因为外币收入和外币成本都会造成损益变化。以今年第一季度来看，跟 2021 年的平均汇率相比较，人民币升值了 0.7%，台币相对有所贬值。在此情况下，我们简单测算了汇率带来的损益影响，对毛利率的影响是 0.1%，对净利率影响 0.1%。所以公司在第一季度受到汇率影响较去年而言已经明显降低。一般而言，这部分的影响，公司在与主要客户的条款当中都会考虑到汇率变化对价格调整机制，降低双方因为汇率变动而影响到双方价格或者是成本的可能性。

二是公司期末会针对外币资产和外币负债会对人民币汇率进行评价。这部分公司主要的避险政策还是针对这些在预计或者是实际，预计到期末的外币资产和外币负债的部分，我们进行一个净部位的避险，务求将风险降到最低。相关汇兑造成的损益，基本上和非营业相关的都会体现在公司的财务成本、公允价值变动和投资损益这几个方面。

整体来看，2022 年一季度对这几个科目的影响大概只有人民币 800 万，从公司的规模来说，这个影响是非常低的。

【提问】公司二季度会有一部分的收入递延到三季度，大概这部分的比例是多少？

【回答】公司不公告预计的营业收入。根据公司的测算，如果目前封闭的情况持续延续到五月中，对二季度的营业收入整体影响在 5%之内，金额并不大。公司可以在不管是在二季度末还是在下半年追上，主要还是要考量未来料况的情形。公司预估的二季度营业收入有机会同比增长 20%~25%，已经考量到这部分的因素，包括全年也考量了这部分的因素。

【提问】因为现在长三角受到疫情的影响，原材料物流会受到比较大的冲击，我们原材料这一块库存大概是什么样的水平？

【回答】公司全年以及二季度的库存看起来是有所增加的。一般来讲，主要材料的比重为 60%-70%，剩下的就是一些在制品和制成品。回看一季度，制成品稍微有所增加，因为公司都是根据主要客户的订单生产，原料也是根据客户的需求来准备。在整个供应链紧张的情况下，公司从去年三季度开始就提前备料，这也会造成存货周转率延长。

针对第一季度增加的制成品的比例，因为公司是根据客户订单生产，随着封控解除之后，只要物流情况正常，都会如期出货。

目前来看，我们并没有看到在存货上明显增加公司风险。

【提问】现在对于我们来说，给出这样的二季度营收目标，目前我们的订单能见度情况如何？

【回答】关于订单能见度方面，因为公司服务的都是大客户，所以我们跟客户针对下季度的营收预估基本上是比较准确的，所以二季度订单能见度非常高。对全年而言，按照历年的经营实际情况来看，偏差也不会太大。

其实最大的因素是封闭的情况和物流的情况。因为公司都是按照订单生产的，相关订单能见度是非常高的。现在这个行业供应链的情况是很担心停工或是无法出货，而不是担心到时候会有一些短期需求的下调，所以公司在二季度看来还是会有不错的表现。

整个上海封控了近一个月，公司未停工停产，体现出了当整个解封之后，我们能够实现客户交付比例是相当高的，这也体现出公司经营的竞争力。

【提问】现在大家都讲到供应链转移的各类新闻，想了解一下环旭电子相对国内其他竞争对手有更广的全球化布局，是否能够看到有更多商业机会这样的迹象？

【回答】讲到供应链的改变，大家都已经有明显的感受了，其实这也不是今天才发生的，就我们自己在产业界四十几年的经验里，在 2018 年的时候就有这样的讯息。从过去三、四十年高科技产业从北美转移到日本，然后日本再转移到亚洲四小龙，最后二、三十年是高度的向中国大陆集中。

这样一来，造成中国大陆本来是有人口红利，有成本较低的优势，不过逐渐也看到整体上已经有短缺的现象，工资也一点点调高。所以从欧美客人的角度来看，他们已经有一部分在思考说有没有一些产品的数量如果说没有那么大，体积比较大，重量比较重，是不是应该要回归 local, for local 来制造。

这个讯息从我们接受到的这些 visions of opportunity 都是明显可以看到的。举例来讲，过去这么多年，我们说汽车电子，欧洲的汽车电子基本上都是在大陆来生产供应的。但是后来就有一些 argument 说他们要在当地要有制造地点。所以我们做了策略性的决定，要么这个订单不要接触，要么我们要有欧洲的据点。所以我们在欧洲 2018 年在波兰设立了一个工厂，之后又发生了美中贸易摩擦，这更是加剧了一些欧美客人想要把制造拉出中国大陆的需求。

刚好我们在 2018-2021 年之间，我们完成了对飞旭电子的并购，这样使得我们全球的制造地点有 27 个，遍布四大洲，完善的铺设制造服务网。所以当紧急需求发生之后，我们第一

步很快把一些受影响的产品转移到台湾来，接下来要转移到欧洲。至于说东南亚，我们还比较欠缺，但是我们也很快的在一年之间把越南工厂建起来了，下一步也有一部分产品因为成本因素向越南转移。

当然这只是方向性的，从数量上来讲我们自己的判断是这样的。即便这个潮流这么明显，那么大陆的制造会何去何从，其实大陆的制造还是会平稳增长，尽管没有过去那么快，所以我们在惠州的工厂规模也是深圳的两倍大，我们在昆山、苏州都有工厂。

我们估计大陆的生产产值会有一部分陆续转移出来，但是另外也有新的需求会在大陆发生，尤其是本地客户，所以我们在全球化的布局之下，顺利迎接了这一波全球供应链变化。

另外我们公司还有两个策略主轴，那就是微小化以及多元化。谈到微小化，我们经历了那么多年都一直只在一个大客户身上发展的情况。但是从去年到今年来看，其他客户的应用已经开始起飞了，去年有 100% 的成长，今年也会有 100% 以上的成长，除了大客户之外其他客人的应用，包括像各种穿戴式的电子等等，它将会对未来我们的成长带来相当大的贡献。

汽车部分，大家知道新能源电动车的转变。我们原来在汽车电子做了四十几年，有很好的客户基础，有很严谨的制造体系，所以客户方面是没有问题的。在我们这么好的基础之下，我们选定了跟我们的技术有特殊性、有竞争性的功率模组，我们上一次在法说会的时候也邀请了该 BU 领导向各位说明了他的雄心壮志以及我们的策略。所以汽车、电动车方面的功率模组，我们也可以看到有高速的成长。

至于说多元化的部分，我们这么多年来都是 5 类产品在经营，在并购法国飞旭之后，又多了一个产品分类，虽然现在比重很小，但是我们也看到未来有成长的契机。目前我们还没有把它列入重大的业务分类，但是相信假以时日，在两三年之后，当我们把这部分研究的更清楚，会向各位报告说，我们在这方面有哪些计划。

综上，大上海地区这一次的疫情防控，使我们整个团队向心力更强，也更加自信，我们不只是在顺境的时候可以快速向前，在这么多逆境条件之下，也展现出上上下下很有韧性的企业文化，没有任何悲观。即便受到这么大的环境的影响，我们的业绩在一二季度还是持续有高速成长。虽然说有材料的限制，有进出口的限制。希望通过我们的努力，能够为投资者带来值得的回报。

【提问】车电增长的主要动能来自于哪里？关于车电的功率模块部分，这部分成长状况如何？

【回答】2022 年预计功率模块相关的成长是最快的。2021 年这个业务只占车电业务营收比重的 10%，今年预计将提高到 27%，也就是说在车电营收增长超过 50%的情况下，它的占比会达到 27%，预计超过 60%来自于新客户和新产品。在功率模块相关的产品当中包括像电子泵、新能源汽车当中的 Power module、散热装置、BMS 以及高压配电箱等产品。

【提问】能不能对营业利润率持续提高的情况做一下解释？

【回答】整体而言，公司人工成本在一季度营收成长的情况下达到了稳定程度，二季度会维持这一水准，加上一些抗疫相关的成本。

目前预计第二季度单季营业利润率同比有所增长，不管是营业额的相对能见度跟整体成本的控制都是不错的。因为公司去年二季度单季营业利润率是 2.74%左右，二季度相关的溢价摊销影响和一季度相当。在这几个前提之下，加上营收的成长，相信二季度营业利润率同比有所提升这个达成率是应该有的。

【提问】公司库存和开工率是否受到物流限制的影响？

【回答】根据财务报表，公司一季度末的库存还是有所增加；因为公司为了应对封闭的情况，在三月下旬已经开始增加库存的原物料，导致库存增长。开工率方面，当前问题不大。因为其实二季度产能相对富余，相信五、六月份公司能赶回四月受影响的一部分营收。

【提问】二季度 20%-25%的成长指引，是基于什么样的前提，什么时候复工的预期？

【回答】目前，公司预期封控管理是到 5 月中旬，是建立在这样预期标准之上。

【提问】有关美律的情况能否介绍一下？

【回答】公司与美律成立了合资公司，合资公司已经拿到了台湾主管部门的批准。处在最后的设立过程当中了，跟合资公司的业务之前已经在推动。

【提问】今年在消费电子方面，是否有新的产品？

【回答】公司消费电子类主要还是与 SiP 模组相关的业务，在 SiP 新客户和新产品上有持续进展。大客户之外的 SiP 业务会继续保持较快成长，目前来看增量比较多的是来自于全球知名的北美消费品牌厂商。除此之外，公司在与大陆及台湾的一些品牌厂商，也有一些 RFx 的

	<p>案子正在推动当中，这也是公司设立 MCC 的一些进展。</p> <p>【提问】能不能谈一下关于 CAPEX 的情况？</p> <p>【回答】公司今年的 CAPEX 支出和去年的水平相当。其中近一半是和 SiP 模组业务相关；有接近 40%是 SiP 模组以外的，与 EMS/ODM 业务相关（包含法国飞旭）；还有接近 10%是公司投资 IT 系统等相关。</p> <p>【提问】汽车电子收入国内外占比情况如何？</p> <p>【回答】目前，公司汽车电子业务总体来讲还是欧美客户占比比较高，带来车电业务增量的主要是欧洲和北美的业务，另外新能源车厂带来的业务增幅也很大。</p> <p>【提问】在功率模组当中，像 SiC 的模组是不是环旭都生产？</p> <p>【回答】环旭今年针对 SiC 的逆变器已经开始量产出货，公司不仅在做整个功率模组，也在做整个系统，包括散热相关，将来也会做部分零部总成。在这个业务领域，公司希望能够积累更多的产品开发和业务方面的经验，未来能够在功率模组这个产品领域，可以保持持续快速增长，能够成为产业链上非常有竞争力的一家公司。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 4 月 27 日