

证券代码：601231

证券简称：环旭电子

转债代码：113045

转债简称：环旭转债

环旭电子股份有限公司

2022 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	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他
时间	2022 年 10 月 26 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）、史金鹏（董事会秘书）、刘丹阳（财务总监）、李志成（资深副总经理）
参会机构名称	中邮创业基金、进化论资产、Keywise Capital、仁桥资产、禹合资产、国泰基金、抱朴容易资产、大家资产、华安证券、Hong Dao Investment、东腾投资、汇丰晋信基金、东方基金、中信证券、德捷投资、All Spring Global、三富投资、JP Morgan、明河投资、Morgan Stanley、永丰金证券、德邦证券、宽潭资本、南方基金、中金公司、兆丰票券、民生证券、西南证券、Sumitomo Mitsui DS Asset、辰翔投资、煜德投资、易米基金、雷根资产、建银国际、银河证券、广发证券、万家基金、东方证券、沅京资本、沁源投资、远雄人寿、国泰君安、UBS、凯岩投资、浙商基金、博鸿资产、钦沐资产、原点资产、Nomura、Brighter Investment、Ninety One、申万宏源、中信建投、华鑫证券、国海富兰克林、中信建投、UG、浙商证券、汇丰证券、大家保险、华兴证券、Rheos Capital Works、Capital Dynamics、华美国际投资集团、东北证券、海岸线投资、创金合信基金、开源证券、安富投资、Pinpoint、光大证券、迁云投资、瑞腾投资、安信证券、中泰证券、赢舟管理咨询、天风证券、长城证券、CGS-CIMB、DE Shaw、Torq Capital Management、恒泰证券、Basis Asset Management、毕盛投资、嘉实基金、瞰道资产、Goldman Sachs、信达证券、IGWT Investment、国信证券、广银理财、Millennium、华创证券、Fenghe Asia、花旗、安信证券、兴全基金、大道至诚投资、EAM FUND、华泰证券、

	中亿明源、Panah Fund、AIMS AM、百嘉基金、招商证券、银河基金、Credit Suisse、东财基金、惠升基金、平安证券、博笃投资、粒子私募、睿郡资产、Point72、兴业证券、银华基金、富敦投资、平安养老、南山人寿、九泰基金、Invesco、Fubon Securities、建信基金
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司财务总监刘丹阳先生介绍公司 2022 年第三季度经营情况 【营收及构成】 通讯类产品实现营收 183.64 亿元，同比增幅 32.26%；消费电子类产品实现营收 154.65 亿元，同比增幅 35.52%；工业类产品实现营收 65.27 亿元，同比增幅 23.01%；电脑及存储类产品营收 52.87 亿元，同比增幅 47.99%；汽车电子类产品实现营收 32.98 亿元，同比增幅 80.72%；医疗类产品营收为 1.06 亿元，规模尚小。 2022 年前三季度产品别营收占比为：通讯类产品占比为 37%，消费电子占比为 31%，电脑及存储类产品占比为 11%，工业类产品占比为 13%，汽车电子类产品 7%，医疗电子类产品占比为 0.2%。汽车电子类产品由于同比增加超过 50%，占比明显提升。营收结构中通讯类产品及消费电子类产品仍占较大比重。 【营业毛利】 第三季度单季实现营业收入 205.90 亿元，相较于第二季 149.87 亿元环比增幅 37.38%，较去年同期的 142.45 亿元，同比增幅 44.54%；营业收入创下了单季的新高，第三季度单季实现营业毛利 22.29 亿元，同比增幅 51.22%，营业毛利率为 10.83%，较去年同期的 10.35% 增加 0.48 个百分点。 【营业利润】 第三季度单季实现营业利润 12.44 亿元，同比增幅高达 92.03%。由于毛利率提高及期间费用率降低，营业利润率为 6.04%，较去年同期的 4.55%，增加 1.49 个百分点。营业毛利率及营业利润率优于管理层在第三季初的预期。第三季度单季实现净利润 10.86 亿元，同比增幅高达 90.44%，单季净利润率为 5.28%，较去年同期的 4.00%，增加 1.28 个百分点。 2022 年第三季度，单季营业利润率及净利润率均创下了近几年单季的新高。 【汇率影响】 今年以来由于美元保持强势，特别是九月美金又有较大升值。如以第三季平均汇率与去年同期平均汇率比较计算，汇率变化对第三季度营业毛利率有 0.26 个百分点的贡献，对营业利润率共有 0.51 个百分点的贡献。此外，财务费用的外汇收益对营业利润率也有 0.42 个百分点的贡献。

	由于深圳业务将全部搬迁到惠州厂，第三季度计提了深圳原有厂房残值的资产减损，也计提了因台湾旧厂房改建原有厂房残值的资产减损，对营业利润有些影响。 【净利润】 2022 年前三季度累计实现营业收入 495.30 亿元，同比增幅 35.63%；营业毛利 51.02 亿元，同比增幅 46.76%；营业毛利率为 10.30%，较去年同期的 9.52%增加 0.78 个百分点。前三季度实现营业利润 24.64 亿元，同比增幅高达 93.93%，营业利润率为 4.97%，较去年同期的 3.48%增加了 1.49 个百分点。 前三季度实现净利润 21.71 亿元，同比增幅高达 93.58%；净利率 4.38%，较去年同期的 3.07%增加 1.31 个百分点；归属于上市公司股东扣除非经常性损益的净利润为 21.88 亿元，同比增长 117.88%。 【非经营性因素分析】 收购飞旭的资产溢价摊销对 2022 年前三季度毛利影响为 2,809 万，影响毛利率 0.06 个百分点；对营业利润影响为 3,896 万，影响营业利润率 0.08 个百分点；对净利率影响为 2,957 万，影响净利率 0.06 个百分点。皆较去年同期有所减少。 其他非经营性因素还有：第三季度持续估列了搬迁深圳厂及新建惠州厂的相关额外成本 1,269 万。 此外，第三季度计提了深圳原有厂房残值的资产减损 4,409 万，台湾旧厂房拆除改建计提了资产减损 576 万，两项厂房残值计提的资产减损，对第三季度营业利润率影响 0.24 个百分点。前三季可转债的利息费用摊销较去年同期增加 2,474 万，主要是因可转债去年三月发行开始计息的因素。 【期间费用】 公司期间费用管控持续显现成效。前三季度销售、管理、研发及财务等期间费用合计为 26.56 亿元，较去年同期增加 3.42 亿元，同比增幅为 14.80%，明显低于营业收入的增幅；期间费用占营业收入的比率自去年同期的 6.34%下降到本期的 5.36%。其中，销售费用小幅增加 0.15 亿元；管理费用增加 3.08 亿元，除营收及获利成长增加相关人事费用外，还包含第二季度增加的防疫费用及前三季度增加的搬迁深圳厂费用；研发费用增加 1.80 亿，主要因为人事费用及研发新产品的材料成本；财务费用大幅下降 1.61 亿，主要因获得较多的汇兑收益，使得在借款及可转债利息增加情况下财务费用仍然大幅减少。 【现金流量】
--	--

	经营活动的现金流量净额 2022 年前三季度为净流入 11.66 亿，较去年同期净流出 18.44 亿，有较大改善。投资活动的现金流量净额，2022 年前三季度为净流出 12.22 亿，较去年同期净流出 13.6 亿相当，主要为投资固定资产支出所致；公司 2022 年全年资本支出预计美金 2.2 亿左右，总金额与 2021 年相比稍有减少，主要用于设备投资美金 1.64 亿，其他为土地厂房投资美金 0.54 亿。2022 年前三季度筹资活动的现金流量净额为净流入 2.28 亿，较去年同期净流入 20.30 亿减少，还是去年可转换公司债发行的原因。 【主要财务指标】 第三季末总资产 422 亿元，货币资金 64.4 亿元小幅增加，总负债及有息负债增加，主要因营运需求增加短期借款。第三季末所有者权益 148 亿元，负债率 64.91%，小幅增加 1.4 个百分点。由于前三季度获利表现优异，使得年化总资产收益率为 7.9%，年化净资产收益率 20.76%，前三季度每股收益为 1 元，皆较去年同期有大幅提升。 现金周转天数增加了 5 天，其中应付账款减少了 3 天，存货周转天数在控管之下减少 5 天，但在全球缺料情况下，付款天数缩短，应付帐款周转天数缩短 13 天，致使现金周转天数延长。有关存货，由去年底 90 亿增加到第三季末 125 亿，与第二季度末基本持平，其中包含深圳业务搬迁到惠州厂增加了部分预留库存，上海厂增加产成品准备出货外，其他主要是因应营收成长的备料需求增加，公司会持续积极做好存货管理控制风险。 前三季度息税前扣除折旧后利润为 33.7 亿，较去年同期增幅 57.33%。前三季度非经常性损益为损失 1,705 万，主要受企业重组人员相关成本及集团子公司计提厂房减值准备等影响。 【第四季度和全年经营目标】 第四季单季营业收入同比增长 8%以上，单季营业利润率与上半年平均水平相当。全年营收增长超过 25%，年度营业利润率预期超过 2021 年下半年旺季的平均水平。 二、公司资深副总经理李志成先生介绍公司供应链管理策略 公司在严格控管存货的六大措施下，存货目前落在合理水位，今年第三季营业收入同比大幅成长约 45%，存货天数却仅上涨 19%。预测今年第四季存货水位仍会持续下降，下降幅度将可大于 10 个百分点。 公司当前存货水位较往年水平略高，主要原因有如下几点：1. 缺料及长短料产生影响。2. 部分地区封控措施影响。3. 未来景气仍有不确定性。4. 客户因应出货旺季提前出货。
--	--

	公司管理层历来严格密切注意并控制存货水位，虽然上半年在原物料短缺及疫情期间，存货天数水平较往年略高，但对比同业仍相对合理。2022 年第三季存货天数同比下降 13.1%，预期第四季存货周转天数可以降至 48 天，维持在相当健康的水平。 通过积极控管存货，公司下半年存货水位持续稳定降低，我们主要采取了六大措施： 在封控期间控管存货，公司由各厂区总经理与各事业单位、中央采购及物料部门共同合作，采取闭环生产政策，确保工厂正常运作并维持出货，持续快速出清成品，也持续创下较去年更佳的业绩。 为了改善缺料状况，公司更加强化与供货商高层的密切沟通渠道，并持续相互拜访，彼此交流信息，并协同供货商，针对原料供应状况进行扩大产能的评估。在集团共同营运的范畴下，共同合作解决供货商的封测产能需求，以及开发替代供货商。除此之外，公司亦与同业厂商进行长短脚材料交换，并针对关键零组件协同客户与供货商签订长期供货合约。 与客户订定备料与存货保护机制中，公司除了定期检查材料的价格、订购周期与需求，也会机动审视客户需求与备料差异，及时进行对应调整，且订单备料受合同保护，责任归属明确。另外，为了降低存货风险，亦会针对无需求或久未异动存货收取存货持有成本，预收货款，或是要求客户回购，降低公司可能的存货损失。于此同时，公司亦针对关键原料提早备货，客户预付货款，降低存货风险。 为保持存货调整的弹性机制，公司与客户持续沟通未来需求，并调整生产计划及强化与供货商的 VMI 体系，以及适时与供货商及客户协商，请求回购或是转售多余材料，从而进一步降低库存压力。 美国近期再扩大美国芯片限制法案涵盖范围，目前看对于公司供应链或是对于公司相关客户及业务的影响比较有限，原因说明如下： 1. 因公司未直接服务半导体业相关的客户，这项禁令对公司现有业务并不会产生影响。 2. 在材料供货方面，目前内存等相关材料在市场上仍有充足的库存可以供应，加上几家主要的半导体供货商，如 Intel、Samsung、SK Hynix、TSMC 等，已获得一年的豁免权，相当一段期间内供给将不受影响。 3. 在内存芯片方面，中国内存供货商占全球的生产比重仅约 6%-8%，比较高阶的 128 层以上的高阶 NAND flash 占比更低，所以在内存方面的影响有限。 4. 在逻辑芯片方面，中国半导体供货商尚未使用到在国内 14/16nm 以下的制程和设备生产逻辑芯片，所以这部分也不会有什么影响。
--	---

	5. 另外，目前 AMD/Nvidia 被限制出口的芯片料号，公司客户并未使用，所以这部分也不会产生影响。 6. 公司法务已积极着手密切评估此限令可能造成的潜在影响，其他相关业务及供应链单位也会持续关注其变化，采取相应措施。 除了美国芯片法案，近来景气亦是呈现预期的循环波动。为了更加完善地对应景气波动，公司将持续提升营运韧性。进一步强化多元的核心发展策略，维持良好的产品线分布及营收平衡。 在消费电子领域，公司持续专注于市场领导品牌客户，生产技术领先高阶产品应用之关键零组件，维持领先优势，受到的冲击会比较小。此外，公司拥有畅通的沟通渠道，快速对应环境变化，与主要供货商及代理商长期已经建立实时的信息共享机制，会适时调整各类零组件需求计划，也会定期主动提供客户零组件市场之变化资讯，共同协商未来备料计划。 同时，公司积极推动供应链长链变短链，与各供货商、代理商协商在地化直接供应，缩短运送时间，并利用公司全球化生产据点的优势，在各生产据点持续开发当地供应链，这样可以增加材料供应弹性，并积极于各方面降低景气循环的可能冲击。 三、投资者问答概要 【提问】大客户新品出货结构向高端产品偏移，请问对公司的影响如何？ 【回答】根据市场的反馈，大客户今年的手机产品高端机型相对卖得比较好，形成这个结果应该是有产品定位、技术升级等方面的原因。 公司在服务大客户的手机上，相关的 SiP 产品基本上都是标配，像 WiFi、UWB 等，AiP 是服务于部分国家销售的手机，所以新品出货结构向高端产品偏移，对公司手机上用的 SiP 产品的市占率和出货量没有大的影响。 【提问】公司三季度收入增速很好，但利润增速更高，这当中汇率的帮助以及客户产能利用率提升的帮助，分别给公司利润贡献了多少？ 【回答】公司主要的交易金额是以美元来计价。在海外子公司，也会涉及到新台币、欧元的交易。今年第三季度和去年的第三季度相比，人民币兑美金结算平均汇率从 6.47:1 升到 6.82:1，大概上涨了 5.5%。整体而言，第三季度汇率变动对营业毛利率有 0.26 个百分点的贡献，对营业利润率有 0.51 个百分点的贡献。营业外的部分，在第三季度也产生了比较好的
--	--

	汇兑收益，对营业利润率大概有 0.42 个百分点的贡献。 【提问】汽车电子业务公司未来的成长性如何？以及我们中长期，就是 10 亿美金的目标和时间点，包括利润率部分有没有什么变化？ 【回答】2021 年公司汽车电子的营收增速也非常快，今年增速继续加快。公司在车电营收方面设定了两个小目标，第一个是在 2024 年，车电整体收入要跨过 10 亿美金的门槛，预估 2023 年离这个目标就已经很接近了。 另外，在 2025 年，我们希望跟 Power 相关的产品，也就是 Powertrain 和 Power Module，能够到车电整体营收的 50%左右。未来我们车电当中增长最快的品类应该是 Power Module 和 Powertrain。就今年的数据来看，Power Module 今年刚刚量产出货，Powertrain 的营收已经突破 1 亿美金，2023 年这两个产品品类的增长会继续保持很高的增速。 在利润率层面，我们重点投资的 Power 产品利润率是不错的。像 Power Module 毛利率应该是在 25%左右，Powertrain 分不同的产品，毛利应该有 15%-20%。随着整体车电业务营收规模的扩大，汽车板块盈利能力在持续提升。一方面是营收规模因素；二是刚刚提到的 Power 相关产品毛利率比较高，占比也会提高，会带动利润率提升。 【提问】因为今年大客户的销量和预期都还是蛮好的，也可以带动公司产能利用率的提升，但是安卓这一块蛮差的，所以对消费电子的景气度，包括明年的景气度和大客户的景气度，能不能请管理层展望一下。我们涉及到两块产品，一个是手机相关的，一个是穿戴相关的，能不能分别帮我们展望一下明年行业的情况，以及公司的份额情况。因为我们今年有一些产品的份额是有提升的，明年的格局会不会有一些其他的变化，或者还是维持今年的位置？ 【回答】今年全球的通胀对于消费电子行业或者说消费电子的需求方面是有影响的。不过从数据上来看，应该是对中低端产品的影响更大一些。市场调研机构 Canalys 发布的前三季度全球手机销量的统计，全球手机出货量是同比下降的，但是公司服务的大客户在排名前五的厂商当中是唯一成长的。大客户在市场竞争力、客户黏性以及产品生态方面都是具备优势的。 因为公司服务的是最强的消费电子品牌，所以对明年的情况而言，我们并不悲观，我们认为应该还是会有成长。 第二，在市场份额或者是策略层面上，过去两三年的时间，市场上有新的竞争对手进来，大家担心公司的份额下降，但是实践证明，公司一直保持了相对稳定的份额。公司在每年的
--	--

	执行层面上，最终到年底的时候，其实都还是表现很好的，这种持续性是比较强的，在目前来看，可以和公司竞争的 SiP 厂商还是屈指可数。 另外，将来在大客户以外的这些厂商，无论是手机还是穿戴方面，公司对于推动 SiP 产品还是寄予厚望。公司投资了 MCC(微小化创新中心)，与很多头部的厂商发展智能手机和智能穿戴上的 SiP。从 2022 年的情况来看，WiFi 今年就有很大的增长，穿戴产品的增长也还不错。随着下一代的通讯技术的发展，如 WiFi 6E 更新到 WiFi 7，卫星通信，甚至更远一点的 6G，一定会带动智能手机更多应用 SiP，安卓的市场体量更大，对 SiP 需求的带动作用更强。 在穿戴端，现在参与的厂商很多，头部厂商实际上都在发展自己的硬件入口。SiP 最能够满足轻薄短小、低功耗、可靠性高这样的产品性能需求，相信 SiP 在穿戴上的应用未来一定会是百花齐放。环旭电子作为最有经验的穿戴 SiP 的制造服务厂商，应该是能够占得先机。 【提问】能否对公司明年收入做一些偏量化的展望？ 【回答】公司目前正在做策略规划和预算，预测数据还在规划中。回顾环旭上市以来，营业收入复合增长率保持在 15%以上。所以展望明年，公司还是会努力实现两位数的增长，具体情况会在下一次说明会上说明。 【提问】公司介绍供应链管理的时候提到某些芯片或者载板，可以通过客户购回的方式控制公司的存货风险，能不能确认一下，哪些材料客户会这么做？ 【回答】首先公司跟客户之间都有一个针对存货责任事先的合同，所以只要客户授权公司备料，最后不能消化完，责任属于客户的，客户会按照合约购回，并未限制材料种类。 当然，公司也是跟客户保持一个良好的伙伴关系，所以我们会尽我们所能，想办法协商帮客户把货退回给供应商，或者是替客户转售给其他有需要的客户。如果客户需要比较多的时间来处理这个问题，我们也会就存货的保管跟成本跟客户协商收取合理费用，在不损失环旭权益的情况下尽量帮助客户解决问题。 【提问】考虑到 Powertrain 的占比在提升，车电的毛利率水平能否预计？明年是不是能进一步提高？ 【回答】从公司的产品结构看，目前跟 Power 相关产品占车电整体合并营收的比例还没有突破 20%，单就环旭的车电业务看，Power 的部分已经超过 20%。并且 Power 相关的产品未来增
--	---

	速会更高，在 2025 年相关收入会达到整体的一半。 车电相对传统的业务，像一些仪表板、控制器，毛利会相当于一般的 EMS 行业，大概是 10%左右。刚提到的 Powertrain 和 Power module，毛利较高，尤其是 Power module，材料率低一些，制程要求更高，毛利可以达到 20%以上。 随着明年 Power module 和 Powertrain 营收占比的提高，会带动车电业务毛利率提升。预计到 2025 年 Power 相关产品占比达到 50%，对毛利率提升的贡献更大。 【提问】国际环境的变化会不会使公司受益，特别是考虑到最近中美关系对半导体有一些限制，请问有没有看到这样的趋势，特别是最近一个多月或者最近一段时间有一些海外客户，他们会不会希望增加一些非大陆地区公司的业务情况？ 【回答】最近国际政经形势急速的变化，驱动这个产业供应链的转向，过去三四十年都是往大陆集中，现在不只是全球化，也很强调全球在地化。 应对这个趋势，环旭从 2018 年就开始做全球的布局。2020 年完成对法国飞旭集团的并购，所以我们现在在全球有四大洲，亚太、欧美以及非洲有 27 个生产据点。从今年来看，非中国大陆制造大概已经占到 30%，这个趋势下比例还会增加。根据目前订单情况，公司除了在墨西哥、越南、波兰等地的生产据点会继续扩产之外，也会同时关注其他国家，比如说印度、印尼、马来西亚等等，看未来发展如何。 【提问】关于深圳厂搬迁的问题，现在有比较明确的一些客户或者是明确的生产产品的方向吗？ 【回答】惠州厂基本上是要承接深圳厂的生产制造，正在转移过程当中。现在已经转过去的产品，比如说视讯产品、智慧制造的电子产品，后续还会有更多其他的业务和产品线会陆续转过去。合计起来，这两个厂的产值今年大概是 7 亿美金左右，未来预计惠州厂的产值应该可以到 10 亿美金以上。深圳会有另外的转型和发展，整个制造在华南的部分最后都会整合到惠州去。 【提问】公司车电的 Powertrain 和 Power module 目前都有哪些客户？ 【回答】涉及到和客户签署的商业合约，细节的部分不方便讲。关于公司车电业务的发展历程和未来的一些展望，9 月 14 日公司在上交所的路演中心有一个半年度的业绩说明，有 PPT
--	--

	介绍，魏总针对这个部分有比较详细的说明，大家有兴趣的话可以查看。 【提问】公司的 SiP 模块，目前在 VR 产品在研项目的进展以及未来量产的节奏，想问一下管理层怎么看？因为公司在七、八、九月整个产能利用率比去年同期更高，根据大客户的生产节奏，是不是十月、十一月的产能利用率会继续往上走？ 【回答】从 SiP 在 AR/VR 的应用趋势来看，目前是有 WiFi 6E 的模组已经开始在用，接下来会有 WiFi 7 的。公司服务的客户也希望有集成度更高的 All in one 的 SiP，也有一些 POC 或是研发项目在做。 针对 AR/VR 相关 SiP 的大规模量产，从当前来看，环旭所面对的可以预期的机会还是看大客户的产品。可能第一代的产品现在还用不到 SiP，不过就大客户发展耳机产品的经验和路线图来看，也是从 COB 打在板子上，最后整合成 SiP 的，VR/AR 应该也是这样一个趋势。所以这一块产生较大收入应该在 2024 年或者是 2024 年之后。其他客户方面公司还会有持续的项目在跟进。 往年 10 月、11 月是公司单月营收高点，从今年实际出货的状况来看，客户有一些提前下订单的状况，经测算从第四季度提前到第三季度下单的部分，占第三季度营收的 7%。这个 7% 的量占到了第三季度同比增量的 10%。从这个情况来判断，今年估计 10 月、11 月的营收会相对接近，请关注公司后续披露的营收公告。 【提问】刚刚管理层也对 Q4 的营收给出了指引，虽然说今年整体大客户备货节奏较前两年提前，但是今年四季度相较于去年还是有 8% 的增长。从公司角度来看，对四季度通讯及消费电子出货的成长动能的持续性怎么看，以及其他现在占比比较小的，像汽车电子以及占比 10% 的电脑及存储，这两块业务四季度的成长持续性怎么看？ 【回答】虽然说通货膨胀造成一些需求上的下降，影响的主要是中低端产品。我们的产品比较丰富而平衡，在各个领域都有；另外我们服务的客人都是各个领域里面的领先品牌，所以我们预估整个的情况还是比较平稳发展，不会有特别的落差，所以我们第四季度会和往年一样，算是一个营收状况比较好的季度。
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 10 月 26 日