

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 年第四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 2 月 7 日
地点	线上会议（webex 网络研讨会）
上市公司 参会人员	陈昌益（董事长）、魏镇炎（总经理）、史金鹏（董事会秘书）、刘丹阳（财务总监）、方永城（SVP/研发负责人）、苏国荣（SVP/车电负责人）
参会机构名称	鹏华基金、逸海投资、ABF Consulting、中金公司、JP Morgan、UBS、中信建投证券、民生证券、天风证券、东方证券、东腾创新投资、Goldman Sachs、广发证券、Sequoia、交银施罗德、英大证券、华泰证券、西南证券、浙商证券、东方证券、平安理财、浩宇恒投资、长城证券、财通证券、中加基金、银华基金、Athena Capital、Ninety One Asset Management、中邮证券、Citi、申万宏源证券、幸福时光资产、兴业证券、中信证券、国融基金、汇丰晋信、Nomura、Blackrock、尚融资本、玄卜投资、国寿资产、东北证券、华西证券、海通证券、海通证券、CGS-CIMB、安信证券、赢舟管理咨询、Morgan Stanley、博笃投资、民生证券、中泰证券、平安资管、Jwin Capital、卓尚资产、元大投信、Credit Suisse、百嘉基金、中融鼎投资、Point 72、上银基金、国开证券、先锋基金、泰康养老、睿郡资产、明河投资、睿德信投资、东证融汇资产、野村东方国际证券、Barings、富荣基金、SPQ Asia、中原农业保险、创金合信、南方基金、浙商基金、苏银理财、陆家嘴国泰人寿、泓德基金、天风证券、Torq Capital、华创证券、东方财富证券、汇丰前海证券、瑞腾投资、国海富兰克林、招商证券、Fubon Securities、西藏东财基金
投资者关系活动主要内容	一、公司财务总监刘丹阳先生介绍 2022 年度公司经营业绩情况

<p>容介绍</p>	<p>【营收及构成】</p> <p>公司 2022 年合并营业收入为 685.16 亿元，较去年同期增加 23.90%，净利润为 30.60 亿元，已大幅超过 2022 年初预计的增长目标。</p> <p>通讯类产品营收 255.2 亿元，同比增幅 21.69%，占比为 37%；消费电子类产品营收 218.98 亿元，同比增幅 18.28%，占比为 32%；工业类产品营收 87.67 亿元，占比为 13%，同比增幅 17.45%；云端及存储类产品（即以前的电脑及存储类产品）营收 69.89 亿元，同比增幅 41.08%，占比为 10%；汽车电子类产品营收 45.52 亿元，同比增幅 72.24%，占比为 7%；医疗类产品营收 1.37 亿元，占比为 0.2%。汽车电子类产品营业收入同比增幅持续超过 72%，占比明显提升。</p> <p>【获利分析】</p> <p>2022 年第四季度单季：</p> <p>营业收入 189.86 亿元，相较于第三季 205.90 亿元环比下降 7.8%，较去年同期的 187.82 亿元，同比增幅 1.1%；营业毛利 20.87 亿元，同比增幅 13.31%，营业毛利率为 10.99%，较去年同期的 9.81% 增加 1.19 个百分点；营业利润 9.97 亿元，同比增幅 15.74%，由于毛利率提高及期间费用率降低，营业利润率为 5.25%，较 2021 年同期的 4.59%，增加 0.66 个百分点；净利润 8.89 亿元，同比增幅 20.91%，单季净利润率为 4.68%，较 2021 年同期的 3.91%，增加 0.77 个百分点。</p> <p>综上所述，2022 年第四季度虽然在营业收入同比增幅减缓的情况下，单季营业利润率及净利润率仍表现非常良好。今年以来美元保持强势，虽然十一月起人民币汇率返升，汇率仍对第四季有所帮助。</p> <p>2022 年全年：</p> <p>营业收入 685.16 亿元，同比增幅 23.90%；营业毛利 71.89 亿元，同比增幅 35.18%，营业毛利率为 10.49%，较去年同期的 9.62% 增加 0.87 个百分点；营业利润 34.61 亿元，同比增幅高达 62.34%，营业利润率为 5.05%，较去年同期同的 3.86% 增加了 1.19 个百分点；净利润 30.60 亿元，同比增幅高达 64.81%，净利润率 4.47%，较去年同期同的 3.36% 增加 1.11 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 30.10 亿元，同比增加长达 77.58%。</p> <p>【非经营性因素分析】</p> <p>收购飞旭的资产溢价摊销对 2022 年全年毛利影响为 3,756 万，影响毛利率 0.05 个百分点；影响营业利润率 0.07 个百分点；对净利润率影响为 3,887 万，影响净利润率 0.06 个百</p>
-------------------	---

分点。皆较去年同期有所减少。

其他非经营性因素：

第四季度持续估列了搬迁惠州厂的相关额外成本对营业利润影响为 1,065 万。其他非经营性因素对 2022 年全年营业利润影响金额包括：搬迁惠州厂的额外成本影响营业利润为共计 8,869 万，厂房搬迁及重建方面有提列的资产减损，深圳厂房资产减损为 4,409 万，台湾旧厂房拆除资产减损为 576 万，上半年受疫情影响增加的防疫成本及相关奖金影响为 4,498 万，可转债的利息费用全年为 1.33 亿。

【费用分析】

销售、管理、研发及财务等期间费用合计为 37.99 亿元，较去年 2021 年同期增加 4.74 亿元，同比增幅为 14.24%，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 6.01% 下降到本期的 5.54%。

销售费用小幅增加 0.12 亿元；管理费用增加 2.53 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全年增加的搬迁惠州厂费用；研发费用增加 3.93 亿，主要增加为人事费用及研发新产品的材料成本；财务费用大幅下降 1.85 亿，主要因获得较多的汇兑兑换收益，使得在借款及可转这利息增加情况下财务费用仍然大幅减少。

【现金流量及资本开支】

经营活动的现金流量净额，2022 年全年为净流入 34.20 亿，较去年同期净流出 11.02 亿大幅改善。

投资活动的现金流量净额，2022 年全年为净流出 15.14 亿，较 2021 年小幅增加，此主要为投资固定资产支出所致。公司 2022 年全年资本支出目前为 14.08 亿左右，设备投资 11.08 亿，其他为建筑相关投资 3.0 亿。2023 年目前规划的资本支出主要会在下半年，其中设备的部份，将重点投资在通讯、车电及 SiP 等领域，金额较去年减少约 20-25%，同时，会持续投资墨西哥、中国台湾及波兰的厂房，建筑相关支出与 2022 年相近。

筹资活动的现金流量净额，2022 年全年为净流出 4.98 亿，较去年同期净流入 23.91 亿减少，主要是 2021 年发行可转换公司债所致。

【主要财务指标】

2022 年底，总资产 386 亿元，货币资金 77 亿元，较 2021 年底有所增加，主要因营运资金回收良好。总负债 228 亿元，与去年底变化不大。有息负债小幅增加，主要因营运需求增加短期借款所致。

2022 年底，所有者的权益 157 亿元，负债率 59.17%，较去年底减少 4.34 个百分点，因全年获利表现优异使得年化总资产收益率为 8.78%，加权平均净资产收益率为 21.43%。

全年每股收益为 1.4 元/股，皆较去年同期大幅提升。现金周转天数增加 7 天，其中应收帐款天数减少 13 天，存货周转天数增加 2 天，但因今年有遭遇全球缺料，部分关键材料付款天数缩短，使应付帐款天数缩短 18 天，致使现金周转天数延长。

2022 年底，存货为 109 亿，较第三季末 125 亿有所减少，其中包含上海厂增加产成品准备出货外，其他增加主要因营收成长带来的的备料需求。

息税前扣除折旧后利润 (EBITDA) 全年为 46.93 亿较去年同期增幅 40.54%。

非经常性损益，全年为利益 4,976 万，主要受搬迁惠州人员相关重组成本及计提厂房减值等的变化影响。

展望 2023 年，全球景气前景尚不确定，且行业正进入去化库存的周期。公司预估目前的库存调整，还将持续一到二个季度。因此，在季节性变化及上述因素影响的背景下，预计第一季营业收入同比可能有 10%左右的减少。

由于 2022 年是比较特殊的一年，在经历了高速增长的一年后营收规模扩大，且在季节性因素下，第一季为营业收入的相对低点。因此，如果与 2021 年第一季相比，在不考虑汇率影响下，2023 年第一季营业利润率可望与 2021 年情况接近。

二、公司董事长陈昌益先生介绍“回顾 2022，展望 2023”

2022 年初，公司看到的疫情及芯片短缺可能带来的影响，回顾总结实际情况比预估的更具挑战性。面对这些未预期的状况，公司展现出强大的韧性，实现了优异的经营表现，得到客户的高度评价及订单支持。从 2022 年的 4 月到 6 月公司月营收持续创新高，第二季度业绩表现更是超出公司预期，为公司实现全年业绩高成长奠定了基础。

2022 年，车电业务是成长最好的板块，营收同比增长 72%，下半年开始量产出货 IGBT 功率模组；此外，某美系的 SiC IDM 大厂、日系功率模组大厂、德国大型 Tier 1 厂商及下游知名电动车厂等客户，都是公司发展的重点客户。

公司 2018 年开始全球化布局，到 2022 年已经取得了不小的成绩。公司海外工厂营收贡献在 2022 年高达 34%， “全球化平台、在地化服务” 的新营运模式，正持续推动公司健康成长。

展望 2023 年，相信春节期间，大家都看到了明显的变化，国内景点已恢复人山人海，全

球都很期待中国市场重启来带动消费、经济增长。并且，从宏观层面来看，强势美元开始转向，升息也已趋缓，资金重新流向新兴市场，这将有助于促进大陆的投资以及消费。疫情常态化后，制造业的全球在地化布局，预估在未来一两年也会加速，近岸及友岸外包的需求也会持续成长。

从电子产业面来看，公司认为目前的库存调整，应该还会再持续一到两个季度，主要是因为去年下半年开始，全球制造业在供应链压力缓解之后，开始积极消化积压的订单，但同一期间美国及欧洲的消费力，受到通膨及升息的压抑，导致商品库存增加。随着市场所期盼的今年中国市场消费重启，将有机会缩短去化库存的周期。

展望 2023 年的下游需求，在消费性产品方面，包括手机和穿戴相关的模组和系统产品，相信公司会持续维持合理的市场占有率，另外也将在汽车电子、工业产品上实现预期的成长。今年的资本支出主要会发生在下半年，其中设备的部份，将重点投资在车电及 SiP，金额较 2022 年大约会减少 20%-25%。因为全球产业链的变化，公司也会持续投资墨西哥、中国台湾及波兰的厂房，资本支出水平大致会与 2022 年相当。更重要的是在运营方面，公司也会特别注重存货、现金流及营运资金的管理。

就需求景气而言，2022 年整体是不错的一年。强势美元造成人民币贬值，对公司的毛利和汇兑收益，有不少的贡献。2023 年，在电子产业上半年去库存、下半年需求恢复的状况下，景气度会逐季走高，预估 2023 年走势将与 2021 年相似。

全球供应链正从过去追求效率为目标的离岸外包，转变为近岸或友岸外包，以提高企业对于供应链的掌控度。近期，更有许多跨国企业开始加速调整其供应链，要求将其他地区纳入，因此出现了“中国+1”的需求。这个基于避险所产生的调整，最终是否会导致供应链出现长期结构性变化，我们认为仍有待观察，因为不同区域间，其实存在生产成本及效率上的差异。

面对产业供应链的调整，从 2018 年起，环旭电子就已经开始全球化的布局，并且公司在早期从中国台湾转移到中国大陆时，已积累了类似的成功经验。目前，公司在全球共有 28 个生产据点，针对不同的客户群，在北美、欧洲及亚太都设有在地营运体系，直接服务当地客户，也取得了很大的进展。例如墨西哥的营收在过去三四年已成长超过 3 倍，未来两年，我们还是会持续在墨西哥、越南及波兰进行投资，同时评估投资全球其他生产据点的可行性。

功率模组是电能转换的关键组件，主要的应用包括交通、运输、工业及再生能源，电动车及工业自动化的趋势，也更进一步带动了功率模组的市场需求。全球功率模组的市场规模，

预估在 2026 年会达到 129 亿美元，其中汽车相关的功率模组应用成长最快，2022-2026 的复合成长率预估约 20%。

功率模块在汽车中，尤其是电动车，扮演举足轻重的角色。驱动马达的逆变器(Inverter)、升压转换器(Boost Converter)、车载充电器(On-board Charger)、直流转换器(DC/DC Converter)等涉及到与电能转换有关的动力控制器，都需要使用功率模组，功率模组也透过这些动力控制器，来影响到电动车最终的性能。由于车用功率模组的应用环境，较工业或其他应用领域更为严苛，所以当前车用功率模组，对封装技术门坎的要求也更加严格。因此，我们认为车用功率模组业务是一个具备成长性、差异性的市场。

在电动车的发展大趋势中，最重要的成长核心是动力系统及其内部的功率模组和半导体组件。公司的目标是在这个领域做到技术领先，并为客户提供完整的解决方案。

环旭电子透过与母公司日月光半导体的紧密合作，在技术方面，可以完整提供从芯片、模组、到系统端的各种关键制程技术，包括与产品量产相关的 knowhow、芯片端的封装测试、模组端的制造测试以及系统端超过 40 年的车电业务 EMS 经验。公司在整个产业链的上、中、下游，都有完整且相对应的技术来服务客户，也正因为这个独特的产业地位及技术含量，公司可以同时跟产业链不同环节的客户紧密合作，并且可以同时将业务拓展至芯片厂商、模组厂商、Tier-1 厂商或是终端车厂。

环旭电子不局限于单一应用与技术的全盘性发展战略，不仅创造差异性，也串起整个产业链的价值，使得公司的服务范围从数十亿美元的市场，扩大到整个动力系统数百亿美元的市场。因此，公司有信心凭借着这个独特的竞争优势，提供最完整的供应链技术，服务最广泛的客户，从 Power module 到 Powertrain，带动公司车电业务板块营收规模及利润率同步成长。

2022 年，环旭电子实现营收超过 100 亿美元，获利创下历史新高，2023 年环旭电子将坚守初心，成为客户最可靠的伙伴，也将持续为投资人、员工及产业创造价值。

三、投资者问答

【问题】公司在功率模组 (Power Module) 业务中，未来的目标是什么？

【回答】公司过去已耕耘多年功率模组产品，在2022年算是起飞的第一年。展望2026年，整个市场有望达到40亿美金的规模。目前，从掌握到的客户以及进行开发的产品来看，到2026年公司有机会达到15%-18%的市占率。

【问题】公司SiP业务发展的情况怎样？比如在新产品中的一些应用，特别是考虑到今年大客户可能也会有一些新的产品种类出来，针对这些新的产品种类，环旭电子做什么样的考量？另外，其他客户暂时用的可能偏少一些，后续随着Wi-Fi技术的发展，是不是有更大的潜在空间？另外也有很多投资者一直担心的竞争环境，能不能请领导更新一下竞争环境的近期状况？

【回答】整个产业链，无论是上游还是下游，因为库存调整周期的因素，对今年第一季度的判断都相对保守。过去几年市场探讨的影响因素更多是供应链方面，但未来会回归到需求驱动为主。2022年是比较特别的年份，2023年产业链的上游到下游，在营收层面，甚至于整个定价环境，应该会回归到2021年的水平。甚至有的企业会回到与2020年类似的定价环境，来决定今年的利润结构（Margin structure）。

公司大客户在智能型手机的市场占有率一直在提升，很多产品公司也都获得了一定的市场份额。下半年是否会如市场预期一样可以反弹，反弹幅度是多大，还要看到整个需求端的Pick up。和过去两三年不同的是，疫情、零部件短缺、运输费用等影响因素已经慢慢趋缓。大家的关注点还是更应该聚焦于需求端，公司当前很多产品还在和客户在做NPI，如果后续客户的产品销量表现不错，公司的市场占有率应该可以保持。

去年公司汽车电子业务成长72%，公司对该产品类今年及未来几年的表现仍然比较乐观，今年的成长有机会超过三成以上，这部分将会是公司未来业绩的动力之一。但这也并不意味着公司在SiP方面的优势会受到影响，在SiP方面我们依然会持续保持竞争力。

公司在模组化业务中，当前已切入多个产品领域。目前已跟客户，尤其是跟硅谷的科技巨头在智能手环、智能手表应用的SiP模组，比如Wi-Fi模组，都已经量产和合作的项目，前景明确。今年公司与华硕合作在笔记本电脑里的CPU模组，这在笔电领域，是第一次把微小化技术应用在笔电高功率、算力很大的CPU模组，这也受到了英特尔和华硕极大的重视，公司也很期待可以跟更多客户一起开拓这个市场。

在汽车领域的模组，不仅是Power module，还在ADAS领域的Lidar和Radar的部分，我们都已经与自动驾驶解决方案的客户合作研发项目，也与Qualcomm、MTK合作应用于汽车的NAD模组、CPU模组。

【问题】公司2022年的毛利率提升了近1个百分点，营业利润率大概提升了1.2个百分点，

这其中汇率的影响有多大？

【回答】有关外币计价的进料成本及费用造成公司的损益变化，今年以来，特别是二三季度，进料时间点跟出货时间点的美元升值趋势对公司起到了明显的正向作用。第四季度最终情况虽然是人民币返升，但是第四季度依然对公司有正向影响。公司在测算汇率波动造成的实际影响时，会包含进料和出料时间点人民币汇率变化情况，再叠加在当地非人民币成本的影响。经公司内部测算，相对公司营业收入有0.5%左右的影响。对营业利润的部分，还要包括一些来自于外汇资产和负债，汇兑损益需要进行评价。公司在汇兑方面也进行相关的避险操作，这部分的避险在2022年也产生了一些汇兑收益的贡献。

【问题】在全球生产管理以及低成本的管控上有没有比较好的经验可以分享的？

【回答】全球大厂当前普遍比较关注全球产业链调整的情况，有些消费性产品、通讯产品的需求，会可能转移部分至印度或越南；此外，可能在服务器方面的产品，很多也会因为美国市场的需求，而调整部分至墨西哥；欧洲也希望在未来几年内，能提升它们整个半导体或者是电子制造的产业链能力。

当前还无法明确产业链的调整或变化是“买保险”还是“长期结构性的变化”，最终还是需要考虑在成本和效益上的因素来决定。要成为全球的重要制造基地，应该主要满足以下几点：产业链的群聚；周边较完整的基础设施建设；当地劳动力及劳动力成本；政府的政策；当地是否有可预期的市场需求。无论是从印度到越南，还是到墨西哥、东欧，每个地区针对这五个因素都有它的优点和缺点。因此，我们认为短期内要大幅度的取代中国大陆制造中心的地位，存在挑战。

环旭电子从2018年开始启动全球化布局，当前已经具备相当的全球化生产规模，在全球产能扩张的同时，也遇到了来自成本、管理、供应链等方面的挑战。在这期间，我们积累了丰富的经验，取得了相当优异的成绩。公司在中国台湾的生产据点，从非常小的体量提升到了当前公司营收规模的10%左右；越南在不到一年半的时间里，营收也达到了将近30亿人民币；墨西哥也大幅度的成长，波兰正在扩厂之中。在过去的两三年里，公司土地厂房的投资一直维持比较高的水平，从中国台湾到越南，再到墨西哥、波兰，持续的全球产能投资扩大了公司成长的基础。

国内的市场非常大，环旭电子也会加强国内业务，“中国+1”并不代表我们不注重国内市场，未来我们对内需市场非常看好，比如消费电子、电动车领域。公司仍然会持续加

强争取国内业务，来平衡全球化的发展。

【问题】公司全年的Capex主要发生在下半年，但是全年整体来看会同比减少20%-25%，请问是这个数字吗？

【回答】是的。首先在设备投资方面，过去的模式是上半年平均会投四成，下半年投六成，第三季度投的特别多。但是我们认为整个产业在今年一季度投资会相对较少。投资一定是为了新产品、新业务，上游假如有一些库存，这些库存有一些消费性产品是旧的产品，可是到下半年要推出新的手机，还是要投入新的IC、新的Foudray，所以这个投资会保持，主要在在第二季度到第三季度的初期。2023年产业动能要回归到需求驱动，跟过去两三年的情况不一样。因此，一些IC设计公司、上游制造公司，对定价比较敏感的产业链，今年的利润率预期可能回归到2019年或于2020年。

环旭所处的产业环节比较稳定，产业链大部分同行2023年的利润率会比较类似2021年。环旭2018到2021年的营业利润率相对稳定，2022年非常突出，这里有一部分因素是外汇，有一些是因为需求成长，今年应该会回归正常，比较类似2021年的水平。

【问题】公司也给了一季度的收入指引，确实一季度行业处于比较低迷的状态，想请教一下SiP业务全年的展望。因为我们目前了解到，尤其是像大客户这边，它的手机、手表、耳机的量全年都有一些压力，再加上现在的汇率相比去年同期，从结算下来也会看到一些压力。

【回答】有关SiP业务部分，公司主要是服务于大客户，大家对大客户2023年业务的营收也有一些判断，环旭会和客户共进退，相应我们也会受到一些影响。

公司在积极拓展大客户以外的新客户生意，这些部分今年应该还是会带来一些增量。我们也在努力优化SiP业务客户的营收占比，希望未来新拓展的，或者是大客户以外的比例会提高，同时在所服务的产品品类上可以更加丰富，不仅是服务类似大客户的智能手机以及可穿戴智能手表、手环以及耳机等产品。总体来讲，今年SiP的营收成长比2022年要弱。

我们看到有一些我们上游的客户，或者是上游的制造厂商，甚至于国外的同行，他们第一季的指引比较保守。现在已经是需求驱动的经济，而不是像过去两三年是供应链驱动的。第一季度大家保守的情况下，整个产业都相对预期二季度会比一季度好。往年大家也是对第二季度会比较乐观一点。到了第三季，为了圣诞节的出货，也有很大的反弹机会。相信环旭应该是会比整个产业的平均水平要好，大客户新产品的推出对公司影响较大，相信市场对下半年的行业情况也有所期待。

	<p>【问题】前面讲到功率模块的业务在2026年达到15%-18%的市占率，公司功率模块和世界上主流的功率模块厂商相比，优势主要是体现在哪些地方？</p> <p>【回答】差异化竞争优势主要来自于环旭的母公司日月光集团在封装测试的产业优势，如Wire Bond、Die Bond方面，再加上环旭本身已经有超过40年在车用电混合动力技术方面积累下来的经验，在制造或者是设计功率模块上的经验积累，比如散热、离散电感方面等，差异化竞争力还是很明显的。</p> <p>【问题】目前功率模块有没有一些国产化的芯片，未来有没有一些对功率原始的晶圆端芯片国产化率的展望？</p> <p>【回答】当前的车用芯片龙头，仍然主要来自于欧美日的芯片厂商及一些EV整车厂，过去都是外包功率模块的业务给Tier1厂商。当前商业模式逐步发生变化，诸如环旭这样的电子制造服务厂商开始受到青睐，掌握自己的IC，再外包给电子制造服务厂商。所以，当前我们合作的重点对象目前主要为欧美日的IDM厂商、Tier 1厂商，尤其是在SiC等第三代半导体的功率模组方面。</p> <p>公司目前有在观察，但还没有使用国产化芯片。我们会持续关注国内芯片方面的发展，如果发现有的解决方案，会考虑应用。国内市场庞大，充满机会，公司下一步也将深入研究拓展国内相关的业务领域。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年2月7日