

## 宁波兴瑞电子科技股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2019-002

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	1、 方正证券股份有限公司 陈海进
时 间	2019年3月26日下午14:00-16:00
地 点	兴瑞科技会议室
上市公司 接待人员姓名	董事会秘书周顺松、证券事务代表李孟良
投资者关系活动 主要内容介绍	<p><b>1、模具业务的详细情况？</b></p> <p><b>回答：</b></p> <p>对制造业而言，模具是关键，我们公司也一样，模具是我们引以为傲的资本。公司早期是做调谐器产品的，相应的模具主要也是调谐器模具，高峰2009年时候，做到调谐器业务全球占比55%，2010年后受IC化影响，调谐器业务逐渐下滑，调谐器模具业务也跟着萎缩。</p> <p>目前公司的模具主要包括OA模具、智能终端塑模、连接器模具、等，其中OA模具为小批量多批次的生产方式，精度要求高；智能终端塑模尤其是塑料外壳塑模发展较快，在行业内也小有名气，这几年的增长还会更快，这块模具相对而言精密度要求也很高；相比OA模具、智能终端塑模，连接器模具要求最高，屏蔽器产品线组合较多。公司充分发挥冲模自动化优势，将模内供压、焊接、铆接很多功能加进来，目前做到FPC连接器模具成型速度3.87秒，达到了国内外一线厂商的标准。</p> <p>我们的模具发展经历几个阶段：最初是用连续模做，用的是2.8m到3m的大模具，相对单价成本高，而且良品率低，只有7-9%；第二阶段，机器人频送，做分立模，这一阶段，良品率会高很多，但量产次数有限制，我们结合生产实际情况通过计算得出，生产指定产品50万</p>

套以上的时候用分立模比较划算；第三阶段，我们通过技术努力实现了将五台模具放在一个车床上，本来 5 台床，现只要 1 台，使得品质和成本竞争力优势比较明显。

未来模具这块主要拼的是成本，更多的是通过模内传送、机器人、自家模具相结合的方式。

## 2、跟得润电子汽车连接器的区别？

回答：

得润电子主要做家电起家，属于消费电子方面的，偏线束连接器，而我们汽车连接器做的多，所以跟他没有太多可比性。

## 3、汽车领域镶嵌注塑是趋势吗？

回答：

镶嵌在传感等很多方面用得更多，汽车连接器本身会处于高温、震动等比较恶劣的工作环境，镶嵌主要是满足这方面的要求。另外，镶嵌件的话灰尘等其他东西比较不容易进去，寿命、可靠性比较强。电路里面用镶嵌会越来越多，就是把一些金属和塑料揉在一块。个人判断，镶嵌注塑会是一种趋势。

## 4、汽车电子客户主要是？

回答：

汽车电子客户以海拉、博世为主，还有三菱、松下。

## 5、智能终端做什么？

回答：

主要做网关、信号增强器、机顶盒、部分小 VR 等上面的精密电子零部件产品，其中机顶盒这块我们主要做金属件、结构件、连接器、屏蔽片、注塑外壳等。

## 6、机顶盒类产品国内主要客户是？

回答：

主要包括中兴通讯、创维数字、同洲、九州等客户，终端消费市场基本在国外。

## 7、这种产品更新换代速度怎么样？

回答：

2-3 年左右，产品更新换代速度相对较快。现在付费电视加了很多功能，如点播、wifi 还有 4K, 8K 在国外出的比较早，国内目前刚出，所以国外客户这一方面功能要求比较高。

## 8、4K、8K 往上走，价值量怎么变？

回答：

机顶盒属于易耗品，两三年换一次。相比以前，机顶盒增加了很多造型与功能方面的要求，而欧美对造型、功能要求又比较高。4k、8k 在很多方面诸如屏蔽功能就要比以前强很多。要求高，附加值就高。

**9、相比于做手机业务零部件厂商一个零部件每个季度会降价几个percent，公司的产品怎么样？**

**回答：**

公司产品的降价敏感性没手机业务零部件厂商那么大。首先公司为客户提供的是定制化服务，也就是根据客户需求来进行研发、设计以及制造，我们本身对产品具有一定的定价能力以及成本转嫁能力，这样的产品本身附加值就高，产品毛利率也相对较高；另外我们一直注重产品研发，每年大概 25%左右是新品，能够敏感认知行业变化情况并满足客户的不同需求；最后，我们内部成本管理能力强，即使存在个别降价的情况也能够迅速进行消化。

**10、智能终端主要国外客户有哪些？**

**回答：**

主要有 ARRIS、TECHNICOLOR 和 SAGEMCOM 等。

**11、OTT 盒子业务如何？**

**回答：**

我们主要给 ARRIS 做 OTT 盒子配件。OTT 盒子尺寸比一般机顶盒小一点，功能简化一些，目前 OTT 盒子在市场总共 20-30%左右占比。未来 OTT 盒子将越来越普及，发展潜力较大。

**12、机顶盒会往 OTT 转吗？**

**回答：**

机顶盒往 OTT 转有几个限制，每个国家制式等都不一样，开放程度不一样。只会补充，不会替代。

**13、电视调谐器现在是比较少了吗？**

**回答：**

调谐器业务从 2010 年至今逐年萎缩，收入现在维持在一个亿左右。电视调谐器我们主要给三星、索尼供货，这些公司调谐器还是有。

**14、OA 电子业务怎么样？**

**回答：**

OA 电子这块比较平稳，OA 设备客户主要是 KONICA MINOLTA，目前公司重点还是往汽车电子还有智能终端这一块发展。

**15、新能源汽车发展对公司的影响？**

**回答：**

公司汽车电子业务主要做踏板连接器、液晶框架，车窗连接器、汽车 EGR 阀门等，是目前公司重点发展的方向。公司交货给德国博世，海拉，日本 sharp，松下等客户，新能源汽车将给公司带来较好的机遇，汽车电子成长空间大。

**16、5G 对消费电子预期拉动？**

**回答：**

个人感觉比较明显，国内目前炒的比较热。要普及到家庭应用，

	<p>还有段时间，目前我们产品信号增强器越来越多，机顶盒总的数量变化不太大，VR产品的外壳我们也做了一些，综上，我们预计5G会对公司消费电子业务带来一定的拉动作用。</p> <p><b>17、与手机注塑模具差别？</b>  <b>回答：</b>  机顶盒和手机塑胶外壳注塑的模具差别比较大。机顶盒产品相对尺寸较大，批量上没有手机那么大，模具在精度，速度和品质成本需求上有较大的差异。模具每家擅长的不一样，差别很大。</p> <p><b>18、智能终端零组件市场规模公司占比？</b>  <b>回答：</b>  目前智能终端零组件市场规模预计在70个亿人民币以上，我们目前做到4-5个亿左右，占比还比较低，我们会将这块业务作为重点进行投入与研发，争取让公司业务更上一层楼。</p> <p>以上内容未涉及内幕信息。</p>
<b>附件清单(如有)</b>	未提供书面材料。
<b>日期</b>	2019年3月26日