

证券代码：300136

证券简称：信维通信

## 深圳市信维通信股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-03

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	<u>2021年4月26日</u> 华创证券、嘉实基金管理有限责任公司、长城财富、华融证券资管、浙商证券、进门财经、浙江善渊投资管理有限公司、华富基金管理有限公司、百年保险资产管理有限责任公司、诺安基金、安信基金管理有限责任公司、方正富邦基金管理有限公司、国泰人寿保险股份有限公司、国华人寿、上海睿信投资、明亚基金、国金证券、信维通信、上投摩根基金管理有限公司、申万资管、华福证券有限责任公司（资管）、善达投资、新华基金管理有限公司、北京泓澄投资管理有限公司、深圳悟空投资管理有限公司、深圳诺信达基金管理有限公司、华创证券、建信基金管理有限责任公司、江苏瑞华投资控股集团、深圳市河床资产管理有限公司、深圳市远望角投资管理企业、广东金泰私募证券投资基金管理有限公司、景从资产、长盛基金管理有限公司、中金、IGWT Investment、安信证券资产管理有限公司、招商财富资产管理有限公司、中海基金管理有限公司、南方基金管理股份有限公司、鲍尔太平有限公司、上海世诚投资管理有限公司、东兴证券基金部、Dymon Asia、方正证券、九泰基金管理有限公司、华英证券、深圳前海岳瀚资产管理有限公司、上海枫池资产管理有限公司、中信证券资产管理部、珠海兆金资本管理有限公司、恒复、东海证券有限责任公司、重庆两江股权投资基金、上海益菁汇资产管理有限公司、正奇金融、安徽明泽投资管理有限公司、上海允文资产管理有限公司、工银瑞信、万家共赢资产管理

	<p>有限公司、圆信永丰基金管理有限公司、财通证券资产管理有限公司、泰达宏利基金管理有限公司、光大证券资产管理有限公司、华夏基金管理有限公司、中邮创业基金管理股份有限公司、上海磐厚投资管理有限公司、杭州玖龙资产管理有限公司、上海长见投资管理有限公司、广东宝新资产管理有限公司、华商基金管理有限公司、九派资本、中银基金管理有限公司、上海泊通投资管理有限公司、五矿证券权益投资部、东海证券（自营）、宁波梅山保税港区信石投资有限责任公司、上海朴易资产管理有限公司、睿远基金管理有限公司、光大保德信基金管理有限公司、创金合信管理有限公司、上海汇利资产管理有限公司、常春藤资本、上海沣杨资产管理有限公司、华夏基金、望正资产、深圳前海点击资本投资管理有限公司、银华基金管理股份有限公司、源乐晟资产管理有限公司、弘毅远方基金管理有限公司、工银瑞信基金管理有限公司、东北证券资管、博时基金管理有限公司、博时基金管理有限公司、摩根士丹利、华鑫基金管理有限公司、中融国际信托有限公司、西部利得基金、天治基金、前海联合基金管理有限公司、中国人寿资产管理有限公司、杭州青土投资管理有限公司、南华基金管理有限公司、信达澳银基金管理有限公司、保银投资管理有限公司、九泰基金、华泰柏瑞基金管理有限公司、方正富邦、生命保险资产管理有限公司、锐意资本、华泰柏瑞基金管理有限公司、兰馨亚洲、上海顶天投资有限公司、富国基金管理有限公司；</p> <p>个人投资者 李宇崇、王志军等。</p> <p>以上排名不分先后。</p>
时间	2021 年 4 月 26 日
地点	2021 年 4 月 26 日 深圳市南山区特发信息港 A 栋南 2 楼 电话会议
上市公司	董事长：彭浩
接待人员	财务总监：毛大栋
姓名	董事会秘书：杨明辉

投资者关系活动主要内容介绍

### 第一部分：公司 2020 年年度及 2021 年第一季度经营情况

2020 年，公司实现营业收入 63.94 亿元，较上年同期增长 24.53%，继续保持着稳定增长的势头；归属于上市公司股东的净利润 9.72 亿元，较上年同期减少 4.66%。2020 年是极具挑战的一年，新冠疫情对上半年的影响还是比较大的，同时在内部发展上面，过去几年在不断加强研发投入，花了很多心思和投入在材料、技术和新业务的拓展上。UWB、LCP、BTB 以及正在布局的被动元件等新业务，目前还处在一个投入期，贡献效应尚未体现，还需要加快新业务的推进。

再看 2021 年第一季度，公司收入 16.12 亿元，较上年同期增长 54.40%；净利润 1.15 亿元，同比增长 83.70%。一季度收入保持了一个不错的表现，利润受到了一些新业务的拖累，同时由于执行就地过年的政策，人力和管理的成本有所增加。

整体来看 2020 年度和 2021 年第一季度的经营情况，我们有做得不错的地方，也有一些需要继续完善的地方。

第一，我们做了较大的研发投入。2019 年我们的研发投入占比 8.9%，2020 年我们的研发投入占比 9.54%，未来继续以 8% 以上的占比目标去投入。虽然我们还只有几十亿人民币的一个规模体量，但我们一直是敢于投研发、重视投研发的一个企业，大部分的研发投入在一些基础材料上面，像我们的磁性材料、高分子材料、功能复合材料、陶瓷材料等，其实是用材料驱动业务发展的思路，让我们的壁垒越来越高。所以这两年我们在全球也做了这样的技术布局，包括在北美、日本、瑞士以及中国的常州等各个地方新设研究机构、研究中心，已建立 8 个前沿研究中心，这些全球各地的研究机构也给公司新业务带来很大的支持和帮助，LCP 天线及模组、UWB 模组、高性能精密 BTB、5G 毫米波天线等，我们都已经做到了业内比较领先，这些都是各地研究机构转化的成果。未来，我们也会有更多的新产品逐步转化过来，给企业发展提供持续动力。

第二，2020 年，公司经营活动产生的现金流量净额 14.98 亿元，

较之前大幅改善。公司采取各种催收措施，加快了应收账款的回收，取得了较好的效果。

第三，新业务也开始展现新活力，正在稳步推进。像 LCP，我们已经拓展到了客户，今年还想去拓展更大的客户；UWB 天线及模组，我们已经做好一些市场的铺垫，今年初在上海的展会，我们也重点展示了 UWB 相关产品的能力，得到了比较好的反馈，整个 UWB 相关的工作我们还是做得比较扎实的。此外，公司的 BTB 和被动元件也都展示了一些新的活力。

但是，整体的推进速度，我们后续还需要加快，这也是我们要继续推进的一个地方。

## **第二部分，各业务板块的发展情况**

每一家公司都有一个阶段发展的过程。2014-2017 年是快速成长的一个阶段，带动市场的关注度很高；近两年，业绩虽然慢了下来，但是公司沉淀越来越深。例如在技术、管理以及事业部管控的能力上面都在提升，这些很难单纯从财务报表上看出来。

过去两年，我们也遇到了一些挑战：

第一，天线、无线充电、EMI/EMC 精密零件这些老一点的业务发展比较稳健，其中无线充电、5G 天线发展都比较迅速。但是，我们投了不少新的业务，新业务发展初期不怎么赚钱，大幅放量还需要一段时间。

第二，2018、2019、2020 年，国际外部环境变化也比较复杂，中美贸易摩擦、新冠疫情等，这些外部不确定性加大，我们在业务投资发展上面也需谨慎一些，更求稳。

从业务板块的发展来看，我们的核心是坚持“材料-->零件-->模组”一体化发展，材料驱动业务发展。我们不会去专门做组装，材料是公司的核心能力，用最好的材料去做出最具性价比的零件和模组，然后交付给客户。

我们业务板块的划分，从材料出发可以划分为磁性材料、高分

子材料、功能复合材料、陶瓷材料等。

1) 磁性材料，公司成立专门的磁性材料事业部，驱动的业务包括无线充电、天线等，业务都发展迅速。我们的纳米晶/非晶、铁氧体、硬磁材料等优势较为明显，例如纳米晶方案取得了大客户的认可，直接将产品方案换成了纳米晶方案，一直沿用至今；硬磁材料，今年也会逐步导入客户。磁性材料的产品应用如果算上无线充电接收端/发射端、汽车无线充电、天线等产品，相关市场整体空间超百亿美元以上。

2) 高分子材料，也专门成立了高分子材料事业部，加快这块业务的发展，其类别很多，包括 LCP、MPF、BTB 材料等。其中，我们在 LCP 材料上沉淀了很长时间，在 LCP 方面已经形成了“LCP 材料—>LCP 天线—>LCP 模组”一站式解决方案能力，够提供更多规格、更高精度、更容易调节性能、更高品质、更低成本的 LCP 产品，切入大客户业务是今年的重要工作之一。

3) 功能复合材料，包括合金材料、低密度材料、高密度材料、粉末冶金材料等，在精密结构件上用得较多，例如精密器件、MIM 粉末冶金零件等。在功能复合材料方面，结合公司的拉伸、MIM 等多种工艺，我们做出了复杂的精密零件及模组，再结合公司的高速柔性自动化能力，这块业务也深受大客户的认可。目前，EMI/EMC 器件保持稳定增长，MIM 粉末冶金发展很快。

4) 陶瓷材料，我们将其应用在 5G 毫米波天线、被动元件等产品领域，5G 毫米波天线领域我们积累较久，开发出多种方案适应不同要求；被动元件，已从电阻开始，未来还会去拓展电容。陶瓷材料对应的产品领域市场空间非常大，预计约有几百亿美元。公司今年初完成了对聚永昶的收购，吸收他们在业界的顶尖团队，为将来全面进军高端被动元件领域做铺垫。

### **第三部分，公司的发展思路、核心竞争力及目标**

公司 2006 年成立，从最开始做天线，到现在天线、无线充电、

EMI/EMC 精密零件、连接器、LCP 天线及模组、被动元件等各类业务，基本遵循了四个发展阶段：

1) 第一阶段：天线起家。

2) 第二阶段：零件-->模组。从天线做到 EMI/EMC 零件，并往天线模组、无线充电模组做延伸。

3) 第三阶段：材料<--零件-->模组。为了做好零件、模组，公司做了一些材料，提升模组竞争力。

4) 第四阶段：全面深入做材料，深化“材料-->零件-->模组”的一站式能力，以材料为核心，从材料做到零件再做到模组，形成材料带动产品的核心竞争力。这也是我们当前的发展思路，坚定地走材料驱动业务发展路线，并且在全球各地设立前沿研究中心，招纳当地的优秀人才，利用全球的研发、中国的制造，再去服务全球的客户。

我们一直坚持做好核心材料，用材料驱动业务的发展，其实就是想向村田学习，目标也是成为中国的村田。我们目前与村田还是有很大的差距，但是我们不断朝着这个方向去努力，也争取通过长时间的积累，慢慢去做到村田的高度。

#### **第四部分：问答环节**

**问题：去年四季度和今年一季度毛利率下降的原因？**

2020 年第四季度和 2021 年第一季度毛利率相对较低的主要原因为：1) 新老业务还没完全起量，虽然天线、无线充电、EMI/EMC 等老业务的毛利率较为稳定，但最近几年同时投入新业务的力度也比较大，例如 LCP、BTB、电阻等，新业务还在初期，利润率还没起来，对整体毛利率有所拖累；2) 产品结构变化，老业务部分增长较快的业务，毛利率本身相对要低一些。

后续随着新业务放量，预计毛利率等指标会有回升趋势，并逐步回到一个合理区间。

**问题：新业务的引入可能会对毛利率等有所拖累，公司在企业运营**

方面的想法。

从公司运营的角度，公司希望走产品领先+卓越运营的模式。我们希望能通过对具体产品或者技术的突破，将公司的技术门槛拔到更高，拓展更宽的技术护城河，让客户形成对我们产品、技术的依赖。所以我们在最近几年做了很多的研发投入及新业务的拓展，虽然现阶段相比过去，我们的增速略微放慢，但从长远来看，会帮助公司逐步向产品领先+卓越运营模式实现。市场本身是不断变化的，随之而来的机遇也会很多，好的机会也是需要提前布局准备的，技术和产品不可能等到业务来的时候再投入，往往需要 3-5 年的一个开发周期来做准备。公司也会加快推进新业务的进度，努力平衡新老业务发展对公司阶段内业绩表现的影响。

**问题：公司在上游材料端做了许多布局，如何理解技术布局及成果转化以及未来新的产业和产品布局？**

公司近年在上游材料做了较多研究和投入，主要可从几个维度来了解：

1) 技术的全球布局：最近两年，公司新增设立了北美圣地亚哥研究院、日本筑波材料研究院以及瑞士研究机构等。目前全球各地已有 8 个前沿研究中心，包括中国深圳、绵阳、上海、常州、瑞典斯德哥尔摩、日本筑波、新横滨、美国圣地亚哥等。今年再计划新建一个日本大阪材料研究院，仅在日本，我们就有了 3 个前沿研究机构。我们将充分利用全球的人才来做材料研究，然后再在中国生产制造，转化为批量生产的能力。

2) 技术布局的方向：主要集中在磁性材料、高分子材料、功能复合材料、陶瓷材料这几个方面，以核心材料为驱动，带动业务的发展，提高公司的核心技术竞争力。

3) 产品应用的布局：一方面实现产品的水平扩张，另一方面从材料延伸到零件、再到模组。现有或未来业务可拓展的方向有天线模组、电源模组（无线充电的接收端和发射端）、LCP 模组、无线连接模组 (WiFi/BT Module/UWB)、精密连接模组 (BTB/ Lightning/

复杂焊接件/转轴)等。

基于自身的产业规划,公司未来的业务来源一定是基于我们的核心材料,以及相应材料和技术所延伸带来的具体业务产品。

**问题:公司无线充电业务的优势,在大客户的进展,如何看待无线充电市场后续的成长性?**

公司在无线充电业务上的优势主要体现在一体化,特别是材料能力的实现上。无线充电业务的快速发展也是公司在磁性材料上投入积累的成效体现,例如我们之前介绍过的,由于较早开始了对纳米晶材料的研究与开发,客户发现我们的纳米晶方案性能好、成本优,直接就采纳我们的纳米晶方案在无线充电领域应用,并且沿用至今,规模增长迅速。此外,公司打造的大客户平台拥有全球大客户的资源优势,目前是全球唯一一家同时供应全球排名靠前的核心手机厂商无线充电的核心供应商。除了手机终端外,我们还是部分IOT科技巨头的核心供应商,也是大众等汽车厂商的核心供应商。

公司在无线充电上的一体化优势,特别是材料方面的优势已获得大客户认可,自2019年进入大客户以来,产品应用得到不断拓展,目前已实现从手机向无线耳机的拓展,今年将继续拓展手机发射端、手表、平板等项目。

无线充电市场后续的成长性,从整个无线充电市场的角度来看,无线充电在智能设备中的渗透率不断提升,预判未来将是趋势,整体市场空间或可超百亿美金。另外,公司在无线充电应用领域也在不断延伸,手机、耳机、手表、平板、笔电、智能汽车、智能家居、IOT产品等,以及从接收端向发射端的延伸,这些都是我们将要或者已经积极拓展的业务方向。

**问题:公司LCP项目在大客户的进展?**

从市场角度来看,大客户的年采购量较大,这也是我们LCP业务的拓展重点。目前主要是日本厂商在做。



	<p>公司在 LCP 上的竞争优势主要是从 LCP 材料到 LCP 天线、LCP 模组的一站式解决方案的能力，各大客户也是看中公司从前端到后端环节中关键工艺的核心能力，能够提供更多规格、更高精度、更容易调节性能、更高品质、更低成本的 LCP 产品。</p> <p>在客户拓展的过程中，公司将先就单个产品的后段工艺切入，然后慢慢切入前段的其他工艺，然后再慢慢切入大客户的其他产品项目，会按照节奏一步一步来。今年的重点工作之一是就前期合作，先全力切入大客户。</p> <p><b>问题：2021 年主要的增长点有哪些？会给市场怎样的预期？</b></p> <p>最近几年我们投入了很多在新业务的拓展上，较过去业绩的高速增长而言，相对进入了一个储备发展期，也处在一个转型的阶段，这两年的业绩增长平缓一些。自身的发展思路在转型，业务也在转型。</p> <p>过去的发展思路更侧重“零件--&gt;模组”，现在更注重“材料--&gt;零件--&gt;模组”一体化，对材料的投入对我们的未来发展至关重要。业务方面近两年投入较多在新的事业部建设，布局了 LCP 天线及模组、UWB 模组、BTB/RF-BTB、被动元件等新业务，这些新的业务将作为公司的中长期增长点目标而积极推进。短期可见的增长点，公司的无线充电、5G 天线、EMI/EMC 精密器件以及连接器业务将保持一个快速的增长，同时新业务的慢慢培育，拖累也在变小，逐步会开始正向贡献，整体经营业绩预计会保持向好趋势。从更长远看，如果新业务的量起来了，公司的整体发展应该更快一些。</p>
附件清单 (如有)	
日期	2021-04-26