



调研纪要

2020年01月04日

地点：公司三楼会议室

调研人员：陈耀波

调研对象：甘露

记录人：甘露

调研主要内容

1、问：请介绍一下公司募投项目的进展情况，目前产能情况下是否实现盈利？

答：募投项目“年产200万平方米高密度互连积层板、精密多层线路板项目”分两期投入，其中一期项目产能100万平方米/年，产能释放稳步推进，按月平均产能计，目前月产能消耗达60%。

募投项目二期工程按计划推进中，有望明年5月份试产。

从目前的产能释放情况看，虽然目前单月的产能消耗60%，但由于产能释放是有个逐步爬坡的过程，所以就全年来算产能消耗尚未过半。这样的情况下盈利很难，具体是否盈利还要等年报数据。

2、问：汽车板块是公司最大的下游应用板块，销售占比高，未来汽车板在公司销售占比中会进一步提升吗？公司开拓了哪些新的汽车客户可能成为2020年的汽车板块增长点？

答：汽车板是公司最大的业务板块，在公司产品中的比重大约为36%。

公司是将汽车PCB作为公司的一个核心竞争力来打造的，经过这么多年的经营积累了一定的汽车PCB的竞争力，获得了一批国际优质客户的认同，公司将利用现有的基础借助汽车电子发展的好势头加紧汽车PCB的发展，是否能实现在销售中的占比增长还要拭目以待。

同时公司对其他的应用领域也不会松懈，也会努力服务好客户，积极开拓市场。

汽车板客户的开发周期都比较长，通过认证后销量也是逐步增加的，新的汽车客户有韩国现代摩比斯，有望明年能产生增量，但新的汽车客户一般不会出现爆发式增长，交货正常才能逐步增加订单，这是汽车客户的特点。

3、请问特斯拉是公司最大的汽车客户吗？公司是特斯拉独家PCB供应商吗？公司有向



特斯拉供应哪些核心 PCB 板？

答：公司的汽车板不是直接销售给终端汽车客户的，而是通过下游汽车零部件供应商间接销售给终端汽车客户，公司对终端汽车客户的销量是通过下游零部件供应商的信息来统计的，目前特斯拉是公司最大的终端汽车客户。公司不是特斯拉独家 PCB 供应商，公司有向特斯拉供应 BMB 板

4、公司的产品应用于通讯领域的占比非常小，而通讯类 PCB 市场竞争比较充分，公司作为后来者想进入通讯领域如何应对激烈的竞争？

答：的确，国内通讯领域的 PCB 市场竞争非常激烈，公司作为后来者，要进入通讯领域面临非常大的困难，但是通讯是 PCB 应用领域的最重要的板块之一，占有较大的市场份额，所以即使困难我们也不能放弃，要努力去尝试。公司将尽量避免进入到价格竞争，而希望在通讯产品发展对 PCB 新需求方面寻找机会，从新需求和更高的技术方面寻找切入通讯市场的突破口，提高技术和品质才是制胜法宝。