

证券代码：300870

证券简称：欧陆通

深圳欧陆通电子股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：（2022-025）

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 type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	国金证券策略会
时间	2022年11月1日
地点	上海浦东文华东方酒店
上市公司接待人员姓名	投资者关系总监 蔡丽琳 投资者关系经理 许业凯
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、2022年三季度业绩情况简介</p> <p>2022年第三季度延续第二季度修复势头，持续经营趋好。部分国产原材料价格回落，各厂区生产效率基本恢复正常，中高端产品占比提升。</p> <p>1、前三季度营业收入为19.77亿元，同比增长6.94%。其中，第三季度收入6.16亿元。中高端电源产品销售保持高速增长势头。部分应用于消费类的电源产品受全球消费疲软影响。</p> <p>2、前三季度毛利率16.04%，同比增加0.09个百分点；</p>

第三季度毛利率 18.68%，同比增加 3.66 个百分点，环比增加 2.78 个百分点。第三季度部分国产原材料供应趋缓、价格回落，美元汇率继续走高，各厂区生产效率正常，主营业务毛利率均实现同比提升。

3、前三季度费用总额 2.74 亿元，费用率 13.85%，同比增加 3.75 个百分点，主要原因为管理费用和研发费用增加：

- 管理费用增加：前三季度股权激励摊销费用 5,000 万元等导致费用放大。

- 研发费用增加：研发费用前三季度共 1.42 亿元，研发费用率 7.17%。第三季度研发费用 5,162 万元，公司自上年第四季度开始加大投入，近四个季度研发费用支出趋稳。

4、EBITDA 为 1.55 亿元，同比减少 0.81%，主要因为公司产能扩充所做投资逐渐体现，新增厂房及产线建设等，以及总部升级战略购买的房产等各项战略投入逐步转固，导致折旧和摊销等费用同比相对较高。

5、前三季度实现净利润 4,043 万元，净利率 2.04%。剔除股权激励费用影响，经营性净利润 9,043 万元，净利率 4.57%。其中，第三季度实现净利润 3,514 万元，同比增长 5.56%，环比增长 1.23%；净利润率 5.70%；剔除股权激励费用影响，第三季度经营性净利润 5,180 万元，同比增长 55.64%，净利率达 8.41%，第三季度盈利能力显著提升。

## 二、问答环节

### 1、服务器电源业务未来发展规划？

服务器电源是公司的长期发展战略重点之一，公司自成立服务器电源事业部以来便持续高研发投入，不断招揽研发

人才、提升研发技术水平，增加产品类型，并大力进行技术平台储备。报告期内，服务器电源业务收入增速显著，已成为公司收入占比第二大业务，且毛利率提升明显。

未来，在数据中心扩张需求以及国产替代需求涌现的背景下，公司产品将更多地向高功率密度、高转换效率布局，开发适用于多种设备与多个终端需求的产品，拓展多种功率的平台以及独特的电源软件和硬件设计，不断改善产品结构，进一步提高收入规模。

2、目前公司电源适配器产品中第三代半导体的使用情况？

公司电源适配器业务发展多年，布局覆盖 3 瓦-400 瓦，产品品类及下游客户众多，应用领域广泛。现已有多个电源适配器产品使用氮化镓技术，如联想拯救者系列氮化镓充电器等。

3、公司毛利率改善的原因？

公司前三季度毛利率 16.04%，同比增加 0.09 个百分点；第三季度毛利率 18.68%，同比增加 3.66 个百分点，环比增加 2.78 个百分点。第三季度部分国产原材料供应趋缓、价格回落，美元汇率继续走高，各厂区生产效率正常，主营业务毛利率均实现同比提升。

4、公司是否有信心完成股权激励考核目标？

在股权激励计划中，公司设定了 2022-2024 年的业绩增长指标，公司上下将全力以赴，力争完成经营目标。

5、公司未来产能规划？

	<p>公司坚持全球化产能布局，境内在深圳、东莞、赣州设有工厂，境外在越南设有工厂，可确保快速向全球客户供应，供应链管理能力和日益增强。目前东莞工厂厂房建设已基本完工，同时，公司在深圳、赣州及越南的工厂均增设产能，以配合公司未来业务规模扩大和客户订单需求。</p> <p>6、公司未来业务拓展方向？</p> <p>公司积极拓展新领域业务，进一步加深在智能家居、新型消费电子设备、数据中心、动力电池设备、纯电交通工具等细分领域市场的开拓力度，助力布局多层次市场和建设多元产品线。同时，充分挖掘现有客户需求，提升大客户的供应份额、提升中高端产品销售占比。</p> <p>本次活动没有涉及应披露重大信息的情况。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022年11月1日