

证券代码：002937

证券简称：兴瑞科技

# 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：2023-022

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
活动参与人员	11月23日 09:00-09:45 电话会议 国联证券 高远 泰康基金 周妍 银华基金 冯帆、孙慧 正圆投资 亓辰 兴全基金 陈玲 金鹰基金 吴海峰 嘉实基金 龚楚、杨骏骋、马丁 光大永明 李辰 长城财富 胡纪元 博时基金 李帅 光大保德信基金 林晓凤 朱雀基金 叶萱 招商基金 钟贇、吴艾伦 易方达基金 梁裕宁 国联证券 徐东涛 东方基金 李金龙 太平基金 史彦刚 新华基金 赵强、冯瑞齐 泰康资产 涂健

	<p>鹏华基金 邓益萌、程卿云</p> <p>诺安基金 蔡宇滨</p> <p>中金公司 冯达</p> <p>融通基金 苏林洁</p> <p>上海途灵资产</p> <p>德邦证券 仇方君</p> <p>11月23日 10:30-11:30 现场调研</p> <p>中金公司 袁牧</p> <p>Centerline Investment 李一山</p> <p>平安基金 莫苕</p> <p>宁银理财 高晗</p> <p>国寿安保基金 宋易潞</p> <p>财通自营 褚壹钦</p> <p>公司接待人员： 董事会秘书/副总经理 张红曼女士</p>
时间	11月23日
地点	浙江省慈溪市芦庵公路1511号
形式	口头
交流内容及具体问答记录	<p style="text-align: center;"><b>一、公司介绍及三季度经营业绩更新</b></p> <p>兴瑞科技成立于2001年，2018年9月在深交所上市。产品主要应用于智能终端、汽车电子及新能源汽车电装系统等领域。</p> <p>报告期内，面对全球市场环境的不确定性与复杂性，公司紧抓新能源汽车渗透率加速提升的行业趋势，快速响应，充分发挥自身在生产工艺、经营效率、成本管控以及境内外产能调配、供应链等多方面优势，重点聚焦新能源汽车电装业务的量产交付和拓展。</p>

2023年前三季度，公司实现营业收入148,675.85万元，同比增长17.51%，归属于上市公司股东的净利润18,991.64万元，同比增长32.24%，实现稳健增长。

2023年第三季度，公司实现营业收入5.19亿，归属于上市公司股东的净利润7,424万元，净利润率实现14.27%，创上市以来同期单季新高。还原汇兑损益同比影响，第三季度归母净利润同比增速达50%以上。

其他财务指标方面：报告期内，公司实现加权平均净资产收益率14.15%，同时公司经营活动产生的现金流量净额2.75亿元，同比增长256.23%，毛利方面，随着产品结构的逐步调整、量产交付以及公司阿米巴管理模式效应，毛利率实现26.57%，同比去年增加1.88%。公司经营质量持续走强。

产品线方面：2023年前三季度，汽车电子及新能源汽车业务占营业收入比例达48%以上，同比增长70%，其中新能源汽车业务占汽车电子比例达70%以上，并实现翻倍增长。

## 二、产品介绍

## 三、互动问答

### 问题 1：请介绍下公司新能源汽车国内客户拓展情况？

报告期内，公司凭借BDU/BMU等镶嵌注塑产品在多品牌的高端首款车型上从0到1的技术实现，及从1-100的量产交付过程中QCDS（品质、成本、交付、服务）的能力背书，公司陆续获得中车时代及国内电装头部企业的认可和项目定点，并通过其向国内更多新车型提供产品，新能源汽车零部件生产业务所覆盖的终端车型逐步增加。

### 问题 2：请介绍下公司新能源汽车产品拓展情况？

在新能源汽车领域，公司汽车电子产品线已从传统汽车零部件向新能源汽车电池周边（如BDU/BMU等）镶嵌组件系列、电控周边镶嵌组件系列拓展，并成功拓展到如毫米波雷达、

连接器、传感器相关结构件等智能化领域产品的定点，同时实现产品从单一车型向平台型多款车型扩展。

**问题 3: 请介绍下公司智能终端业务情况?**

公司智能终端产品主要应用于智能机顶盒、网通网关、智能安防、智能电表等品类。随着外部因素影响得到缓解，智能终端产品逐渐恢复交付周期，第三季度实现环比增速 10%-15%。

**问题 4: 请介绍下公司消费电子业务情况?**

在消费电子领域，公司产品主要应用于办公自动化（OA）设备、传统 TV TUNER 等，主要客户是柯尼卡美能达（Konica Minolta）和索尼（Sony）等知名品牌客户。

目前消费电子已不再作为公司核心业务。

**问题 5: 请介绍下公司新能源产业基地建设进度及其他产能规划?**

报告期内，公司海内外六大建设生产基地的产能布局正在稳步扩张。公司新能源汽车零部件产业基地于 2023 年 4 月 9 日已完成主体结构封顶，同步启动智能工厂的设计，有望在原产能规划的基础上再增加 40-50% 的空间，本项目预计于 2024 年上半年投产，目前已启动部份新设备搬迁工作。

除现有和建设中的产能外，公司紧跟客户全球发展规划需求，积极考察除东南亚外的市场和产能布局规划，加强海外工厂在市场、技术、运营管理、交付等方面的能力。

**问题 6: 公司为何能实现阿米巴经营模式的落地?**

阿米巴是通过一个个小团队的独立核算来实现全员参与经营，凝聚全体员工力量和智慧的经营管理体系。要成功实施，首先需要有正确而明确的经营理念 and 经营哲学做为前提；同时，很关键的一点需要全体员工理解阿米巴经营的 3 个目的：即 1、确立与市场直接联动的分部门核算制；2、培养具备经营者意识的领导者；3、实现全员参与经营。

	<p>另外，我们没有把阿米巴仅仅看作只是经营的核算工具，阿米巴与经营所有的方方面面都密切相关，所以公司在这十年的践行中，不断打造数字化平台，构建从 OA 办公到车间工业互联方方面面的系统链接，使得各个阿米巴能清楚的了解自己当天的经营情况，能快速判断和响应关联部门及客户的需求，确保高质量 QCDS 的同时，实现阿米巴销售最大化、费用最小化、效率最大化的目标。</p> <p>公司从 2013 年开始构建“家文化”体系，以“追求全体员工物质和精神两方面幸福的同时，为人类和社会的进步和发展做出贡献”为使命，把“提高心性、拓展经营”的理念贯穿落实到每位员工的方方面面。在提高心性方面，长期学习持续践行八大幸福模块，让员工明白工作的意义和利他人生的幸福原点；在拓展经营方面，以追求高收益为目标，把“作为人，何为正确”的原理原则做为工作中决策和判断的依据，不断创造阿米巴单位时间附加值的提升，充分发挥出全体员工参与经营的积极性和价值创造。同时，公司各项家文化和激励机制也让阿米巴保持活力，持续进步与发展。</p> <p>以上内容未涉及内幕信息。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>本次活动不涉及应披露重大信息的说明</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	<p>无</p>