

英飞特电子（杭州）股份有限公司  
投资者关系活动记录表

编号：2024-003

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>投资者交流会</u>	
参与单位名称及人员姓名	浙商证券研究所、中汇人寿保险股份有限公司、上海趣时资产管理有限公司、上海弥远投资管理有限公司		
时间	2024年4月28日	地点	线上电话会议
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书：贾佩贤		
<p><b>主要问题及回答：</b></p> <p><b>Q1：公司 2023 年及 2024 年一季度业绩表现如何？</b></p> <p>A1：2023 年度公司实现营业总收入 263,118.30 万元，较上年同期增长 74.09%；公司资产总额 381,998.12 万元，较上年同期增长 38.90%；归属于上市公司股东的净利润-17,335.55 万元，较上年同期下降 186.00%。DS-E 业务并表后，公司产品类别增加，市场占有率提升，2024 年一季度，公司实现营业收入 63,627.71 万元，同比增长 135.41%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 552.38 万元，同比增长 719.46%，实现扭亏为盈；经营活动产生的现金流量净额达到 3,698.13 万元，同比增长 230.10%。</p> <p><b>Q2：公司 2023 年度重大资产购买项目整合效果如何？</b></p> <p>A2：公司收购的欧司朗 DS-E 业务的重大资产购买项目已于 2023 年 4 月 4 日并表，公司收入规模快速增长，实现公司市场占有率的进一步提升。双方在产品路线、研发技术、营销渠道、供应链和制造等多个方面都有着显著的协同效应。随着该项目的顺利实施和交割，公司成立了专门的整合委员会和项目管理机构，开展了多次有效的互动和交流，在保证承接后业务正常有序运营的基础上，有条不紊地开展多项整合工作，为发挥“1+1&gt;2”的协同效应做好准备。目前，各项整合工作正在有序开展过程中，相关协同效应将会逐步释放。</p> <p><b>Q3：2023 年公司业绩受哪些阶段性损益的影响？</b></p> <p>A3：主要有：</p> <p>1、全球经济复苏动力不足、市场需求放缓、国外成品库存处于高位、行业整体处在周期底部等不利因素，导致公司海外业务受到一定影响。同时，受国际经济下行影响，公司个别客户经营状况恶化。公司对前期战略备货及产成</p>			

品计提存货跌价准备，对相关应收账款进行单项计提信用减值损失，导致公司净利润相较于去年有较大幅度的下滑。

2、由于报告期内实施重大资产购买项目以及开展投后整合活动，使得本期期间费用较上年同期增加较多。

3、公司因向特定对象发行 A 股股票事项导致支付的相关费用较多。公司综合考虑资本市场政策变化、公司发展规划及市场融资环境等诸多因素，并和相关各方充分沟通、审慎分析后，终止 2022 年度向特定对象发行 A 股股票事项。公司基于谨慎性原则，根据企业会计准则的要求，将本次向特定对象发行股票事项已发生的相关费用从资产负债表中的其他流动资产会计科目调整到利润表中的管理费用科目，对 2023 年度净利润产生了负向影响。

#### **Q4：公司重大资产购买项目过渡期服务预计何时结束？**

A4：为保证公司重大资产购买项目标的资产的顺利过渡以及交割后的持续运营，公司与卖方签订了《过渡期服务协议》，由卖方提供某些过渡期服务，公司向卖方承担相应费用。大多数的过渡期服务项目已经在 2023 年底完成并结束，2024 年仍会产生少量服务费。

#### **Q5：公司全球各区域表现如何？**

A5：2023 年，公司全球化业务不断突破，海外收入占比由 2023 年的 62.64% 提升至 69.17%，欧洲区、亚太区分别实现营业收入 11.63 亿元、4.44 亿元，同比增速分别达到 363.73%、83.33%。亚太市场由于城市化推进、人口增长，基建建设蓬勃发展，基建客户更青睐兼具研发能力、品牌实力和技术执行能力的头部组件供应商。此外，亚太地区的驱动电源制造以出口为主，越来越多的欧美厂商依赖于亚太地区较低的生产成本进行 LED 驱动电源的外协或外包生产，进一步促进了 LED 驱动电源在亚太市场的快速发展。

#### **Q6：公司销售模式是怎样的？**

A6：公司客户按照销售模式可划分为直销客户和分销客户（即经销商），以直销为主、经销为辅。

公司业务区域遍及中国、北美、欧洲、亚太、南非等全球区域，客户数量众多，为更好的实现对终端客户的服务和支持，公司对客户实行分层管理。公司在努力开拓直销客户的同时，积极开展与全球及地区优秀分销商的合作。公司与分销客户的合作均为买断式销售，公司与分销客户签订的合作协议中，约定分销客户需遵守公司的区域管理和价格政策等制度并承担产品售后服务工作，公司为分销客户提供技术培训、销售推广、协同客户拜访等支持。公司合作的分销客户往往都有一个本土化的销售和技术团队，销售公司会雇佣当地的员工，并由具有本地资源和国际化背景的销售团队负责开拓市场和客户。

公司已建立了全球化的销售团队，设立海外子公司和多个海外办事处，内

外销团队资源共享，共同服务全球客户。

**Q7：植物照明的前景如何？**

A7：受全球极端天气变化频繁等引发的粮食危机，人工光植物工厂、设施园艺补光、北美大麻室内种植、家庭园艺等设施园艺产业快速发展，温室效应导致太阳辐射的衰减等有利因素影响，LED 植物照明领域迎来快速增长，未来市场规模有望进一步提升。根据 Global Industry Analysts 数据，2022 年全球植物照明市场规模约 33 亿美元，有望于 2030 年达到 201 亿美元，年复合增长率约 25.4%。

2023 年度，植物照明市场受到宏观经济下行、能源价格上升以及去库存等因素影响，其增长速度短暂性地受到了限制。随着植物工厂的不断发展，未来 LED 在植物照明的市场渗透率将会逐渐提升，中国正努力打造世界农业半导体照明技术装备产业及其应用大国和强国，LED 在植物照明市场的应用会随着产业的逐步专业化进一步发展。从长期来看，植物照明市场仍是市场需求稳步增长的新兴 LED 驱动电源应用领域。

附件清单	无	日期	2024 年 4 月 29 日
------	---	----	-----------------