

证券代码：002402

证券简称：和而泰

深圳和而泰智能控制股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：20240524

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称	中信证券、Baillie Gifford、WCM Investment Management
时间	2024年5月24日 09:00 - 10:00（通讯） 2024年5月24日 10:00 - 11:00（通讯）
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	高级副总裁、董事会秘书、财经中心总经理：罗珊珊
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司基本情况介绍</p> <p>智能控制器行业市场空间非常大，下游应用场景多，具有全球供应能力的专业控制器公司由于供应链韧性更强、响应更及时快速，因此在客户中具有更大合作潜力；随着智能化、电动化技术发展带来更广阔的增量市场空间，增加了控制器部署需求；我们认为，行业端处于持续向头部企业集中的过程，长期来看公司规模增长潜力较大。</p> <p>公司专注于智能控制器行业发展二十余年，凭借过硬的技术研发能力、优秀的综合运营能力、全球化供应链整合能力，在全球智能控制器行业格局中拥有明显竞争优势。</p>

现阶段，公司产品交付积极进行、新客户拓展顺利，新项目获取进一步增加，收入规模稳定提升。同时，为更好的适应公司日益扩大的规模，为公司第三个十年腾飞发展奠定基础，公司持续在研发能力、管理能力和全球运营能力提升上加大投入，导致费用增长较快，因此短期内利润会受到一定影响，但长期来看该部分投入会给公司带来新的业务机会，有效提升公司盈利能力，赋能公司健康发展。

目前，公司按照全年经营目标积极推进各业务板块布局，加速各业务板块的市场拓展、加强技术研发储备；同时重点关注降本增效措施，通过优化全球供应链资源、全面预算管理、精益制造、数字化转型等方式，进一步提升企业运营效率，有效地开源节流、降本增效，提高公司盈利能力。

二、问答环节

1、公司家电业务板块加快国内客户拓展的起因是什么？

答：您好，公司家电业务目前依然是以海外客户为主，近几年同步加速国内客户的切入，主要是国内家电品牌国际影响力越来越大，且产品更新迭代速度较快；以及国内终端客户电动化、智能化产品的需求越来越多；同时，与客户合作沟通顺利。目前公司与国内客户在家用电器、汽车电子、电动工具以及智能化产品等领域均开展了多项合作，合作进展顺利。未来，公司会坚持大客户原则，进一步加快国内外客户开拓速度，提高市占率。谢谢！

2、公司切入汽车电子产业链的思考以及战略布局，在当前汽车产业链竞争激烈的背景下，如何展望未来竞争格局？

答：您好，公司进入汽车电子赛道，是基于前瞻的战略布局和多年的研发技术储备，随着汽车电子产业链向国内转移及传统车企向电动化、智能化和网联化转型，这意味着汽

车电子领域有更多新的需求，也衍生了很多新的产品品类，这让每家企业都能够找到自己的机会点，在行业细分上形成差异化。

公司进入汽车电子领域较早，并快速精准的确定市场目标，聚焦增量市场，在车身控制、车身域控制领域快速建立核心竞争力。公司汽车电子业务近几年发展迅速，不断获取新项目，客户订单不断增加，收入规模也不断提高。目前与全球知名汽车电子零部件厂商博格华纳、尼得科等形成了战略合作伙伴关系，与汽车整车厂比亚迪、蔚来、一汽红旗等建立了紧密的业务合作关系。技术层面，公司从车身域控制等技术为切入点，在车身域控制、门域控制、中央域控制方面取得技术突破，产品已逐步批量生产，随着域控架构向“中央计算+区域控制”的进一步演变，公司已启动区域域控制器（ZCU）产品的研究开发工作。同时，公司自研产品方向盘离手检测（HOD）、变色天幕控制器等产品已实现多客户多产品平台复用，产品影响力在逐步扩大。

虽然现在汽车行业的竞争越来越激烈，但公司在客户基础和研发技术上有较强的领先优势，同时在全球的产能布局也具有一定程度上的先发优势。未来，公司会持续通过规模化的订单在控制成本、提高效率等方面进行优化；同时不断提升汽车电子研发、销售、运营管理能力，获取更多项目；并坚持研发投入，快速形成自主研发的核心技术，创造高附加值产品；并建立自主研发平台化能力，快速实现多客户复用，提升产品盈利能力，保持技术领先。谢谢！

3、请问公司目前的产能规划情况及对未来的规划展望？

答：您好，目前公司在深圳、杭州、青岛、越南、意大利、罗马尼亚、墨西哥等多个国家和地区布局生产基地，国内生产基地均积极投产中，海外生产基地布局持续取得突

破，其中，越南、意大利生产基地已实现规模化量产和稳定运营；罗马尼亚生产基地逐步实现量产，盈利能力持续提升；墨西哥生产基地建设稳步推进。目前公司产能情况能够满足公司未来 2-3 年的业务发展。未来随着公司规模的不不断扩大，公司会逐步为后续更长久的发展进行生产基地的布局。谢谢！

4、过去十年公司家电业务增长特别出众，往后 2-3 年家电板块增长情况以及驱动因素？在客户中的份额？

答：您好，家电业务是公司控制器业务的基本盘，家电业务的增长驱动主要来源于客户内部份额的提升、产品品类的拓展以及新客户的开拓。近几年，公司在国内外大客户的占比持续增长，产品覆盖率越来越高，公司家电业务在海外大客户伊莱克斯、惠而浦、博世、ARCELIK 等的份额，每年都有不同程度的增长。国内家电客户方面，公司与海尔、小米、苏泊尔、老板电器等均有紧密的合作，尤其是海尔，公司在其份额增长迅速。

目前，公司在现有客户中的占比还有较大提升空间，公司在客户中的优质供应商形象也比较深入，与客户的粘性比较高，市场份额扩充动力充足，且新客户拓展也很顺利。同时，公司方面也在不断修炼内功优化组织架构，通过完善公司内部管理、提升组织能力、加强上下游协同、加快市场拓展、持续提升业务渗透率，为后续持续发展提供支撑。未来公司也会密切关注增量市场拓展，保证公司基本盘业务持续稳定增长。谢谢！

5、从投入角度来看的话，公司固定资产投资和研发投入的方向和考虑？

答：您好，公司的固定资产投资主要用于生产基地建设

	<p>和产线投资，包括越南工厂生产基地产线投资及墨西哥生产基地建设等，均为满足客户交付需求，增强供应链韧性而进行的战略布局。研发投入方面，主要聚焦在新业务领域，包括汽车电子业务和智能化产品业务及其他新产品领域研发，致力于加速新产品领域扩张和盈利能力提升。谢谢！</p> <p style="text-align: center;">6、请问公司近两年费用增长幅度较大的原因？</p> <p>答：您好，公司为开拓国内外市场、完善海外体系搭建，在市场开拓及研发创新方面，引入大量核心销售人员及技术创新人员，因此导致销售费用出现增长；内部管理方面，为了匹配公司战略发展规划和业务发展的需要，公司引入关键核心管理人员，并对公司年轻管理者、中高层管理以及核心骨干引入外部培训资源及管理能力提升，因此产生较高的管理费用；费用投入增多使公司利润短期内受到一定影响，但管理费用及研发费用的投入将赋能公司未来发展。后续公司将严格控制各项成本开支，加强费用管理，提升生产及管理效率，通过全面预算管理、精益制造、数字化转型等方式，进一步优化成本，有效地开源节流、降本增效。谢谢！</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024年5月24日