

公司代码：601231

公司简称：环旭电子

**环旭电子股份有限公司**  
**2018 年年度报告摘要**

## 一 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

### 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

2019年3月27日，经本公司第四届董事会第十次会议决议，通过了2018年度利润分配预案为：拟以公司实施利润分配方案时股权登记日的总股本扣除股权登记日回购专户上已回购股份后的股份数量为基数，向全体股东每10股派发现金红利1.64元（含税），不送股，不转增股本，剩余未分配利润全部结转以后年度分配。

如若在利润分配方案实施前，公司总股本由于股权激励行权，新增股份上市导致股权登记日公司总股本发生变化的，将按照每股分配金额不变的原则对分配总额进行调整。根据《上海证券交易所上市公司回购股份实施细则》规定，回购专用账户中的股份不享有利润分配的权利。如若在利润分配方案实施前，公司发生回购股份情形，需要扣除回购股份数量计算分配总金额。

## 二 公司基本情况

### 1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	环旭电子	601231	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	史金鹏	王沛
办公地址	上海市浦东新区盛夏路169号B栋5楼	上海市浦东新区盛夏路169号B栋5楼
电话	021-58968418	021-58968418
电子信箱	Public@usiglobal.com	Public@usiglobal.com

## 2 报告期公司主要业务简介

本公司是电子产品领域提供专业设计制造服务及解决方案的大型设计制造服务商，主营业务主要为国内外的品牌厂商提供通讯类、消费电子类、电脑类、存储类、工业类、汽车电子类及其他类电子产品的开发设计、物料采购、生产制造、物流、维修等专业服务。

公司主要的经营模式是为电子产品品牌商提供产品研发设计、产品测试、物料采购、生产制造、物流、维修及其他售后服务等一系列服务，与品牌客户之间一般是通过框架性协议与订单相结合的合约形式来明确设计制造服务的范围及具体要求。

电子产品领域科技的日新月异，加速了产品的更新换代，电子产品市场的竞争日益加剧，市场主体竞争策略也不断进化。电子制造行业专业化分工和全球性采购、生产、销售的特性，决定了电子产品市场的竞争不再简单地表现为单一公司之间的角逐，而是各个供应链之间的比拼。在整个体系中，国际大型品牌商无疑充当着供应链领导者的角色，发挥对供应链进行控制和协调的作用，促使整个供应链生产效率的提高和成本的有效控制，以实现各个供应链成员企业的“共赢”。品牌商实现品牌增值及持续获利，必须和可靠且有规模的设计制造服务商形成伙伴关系，才能有效整合供应链资源，全面优化产品供应的各个流程，提高整个供应链的核心竞争力，对市场变化作出快速反应、适时调整产品结构、不断推出满足市场需求的新产品、巩固其优势地位。因此，随着供应链合作的深化，品牌商和设计制造服务商由原本单纯的买卖协议转化成长期合作的伙伴关系。设计制造服务商与品牌商形成稳固的合作关系后，在满足品牌商的外包服务需求的过程中，不断增加与品牌商合作的服务领域，并逐步提高自身综合服务能力，强化服务增值。

在此背景下，公司从传统的 DMS 模式向新兴的 D(MS)<sup>2</sup> 模式转变，即 DMS 与 M (Miniaturization, 微小化) 和 S (Solution, 解决方案) 相结合，通过开发微小化技术解决方案，提供更有附加值的服务，更多参与到整个产业链中的应用型解决方案，提升整体服务及产品的附加值。未来更加注重并强调 Solution 及 Service 环节，更加切合互联网经济的发展理念，诸如从传统的制造商逐步发展成为电子产业系统方案解决商及综合服务商。

微小化系统模组是将若干功能的 IC 和配套电路集成一个模块，达到缩小功能模块面积、提高电路系统效率及屏蔽电磁干扰等效果，更加复杂的硬件和更小的主板面积使得相关功能模组微小化、系统化成为趋势。随着消费电子产品趋于微小化、个性化、功能多元化，所应用的模组也将朝着微型化、多功能集成化的方向快速发展，成为同类模组产品的主流。

智能终端功能不断增强，生态系统的成熟和丰富多样的 APP，使人们对智能手机、平板电脑智能手表的性能需求越来越强，从最初的拍照、摄像功能到 4G、WiFi、蓝牙等数据传输功能，再

到用于导航和照相防抖陀螺仪也被加入，智能终端的功能越来越强大和复杂，随着人们消费的不断升级，更多新的功能需要得到加强。

穿戴设备将为电子行业注入新活力，以智能手表、手环等为代表的穿戴式设备将成为驱动电子产业增长的下一波动力。随着更多参加者加入，将共同推动技术的快速进步，更多的行业应用接口也将打开，让硬件功能的拓展广泛、更具体、更稳健，并在更实质的层面改善人类生产和生活方式。同时，在物联网发展的趋势下智能穿戴将推动互联网的整体进化，智能穿戴技术将使互联网和物联网结合产生与人们更密切关联，智能穿戴将改变人类交流信息、获取内容以及生活的方式，前景非常广阔。

藉由与日月光集团的整合力量，“微小化”产品的能力已经是我们拉开跟竞争者距离、参与智能穿戴设备市场的强力武器，公司将发挥优势、努力拓展微小化模組的客户数量，同时，在工业类、汽车电子、存储类产品领域，公司未来将整合产业链硬件、软件能力，提升整体解决方案实力，扩充产品线，提高投资收益率，为股东创造更好的回报。

### 3 公司主要会计数据和财务指标

#### 3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2018年	2017年	本年比上年 增减(%)	2016年
总资产	20,151,393,805.10	17,363,394,029.17	16.06	15,404,766,821.20
营业收入	33,550,275,008.23	29,705,684,977.64	12.94	23,983,883,716.87
归属于上市公司股东的净利润	1,179,715,136.02	1,313,890,423.23	-10.21	805,581,752.30
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,194,169,669.62	1,084,532,998.17	10.11	789,943,735.56
归属于上市公司股东的净资产	9,408,033,114.13	8,631,300,442.51	9.00	7,534,884,492.51
经营活动产生的现金流量净额	-218,879,839.03	1,238,991,405.04	-117.67	1,600,497,880.55
基本每股收益（元/股）	0.54	0.60	-10.00	0.37
稀释每股收益（元/股）	不适用	不适用		不适用
加权平均净资产收益率（%）	13.18	16.34	减少3.16个百分点	11.27

#### 3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	6,225,834,419.23	6,579,018,740.71	9,341,229,607.09	11,404,192,241.20
归属于上市公司股东的净利润	187,139,721.40	204,993,546.66	385,041,904.65	402,539,963.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	155,716,906.6	230,088,727.82	369,730,124.48	438,633,910.72
经营活动产生的现金流量净额	515,200,192.14	-465,573,202.27	-120,449,555.09	-148,057,273.81

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股本及股东情况

4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

前 10 名股东持股情况					质押或冻结情况		股东性质	
股东名称 (全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例 (%)	持有有限 条件的 股份 数量	股份 状态	数量		
截止报告期末普通股股东总数 (户)								27,372
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数 (户)								22,668
环诚科技有限公司	0	1,683,749,126	77.38	0	无	0	境外法人	
中国证券金融股份有限公司	-14,433,937	36,750,069	1.69	0	未知		未知	
全国社保基金一一三组合	31,471,554	31,471,554	1.45	0	未知		未知	
基本养老保险基金八零二组合	14,308,115	18,908,204	0.87	0	未知		未知	
日月光半导体(上海)有限公司	0	18,098,476	0.83	0	无	0	境内非国有法人	
香港中央结算有限公司	8,411,659	16,817,102	0.77	0	未知		未知	
中国人寿保险股份有限公司—分红—个人分红—005L—FH002 沪	-21,735,797	13,153,449	0.60	0	未知		未知	
中央汇金资产管理有限责任公司	0	12,736,500	0.59	0	未知		未知	
中国对外经济贸易信托有限公司—淡水泉精选 1 期	7,064,311	7,064,311	0.32	0	未知		未知	
中国农业银行股份有限公司—中证 500 交易型开放式指数证券投资基金	4,058,694	6,822,555	0.31	0	未知		未知	
上述股东关联关系或一致行动的说明	张虔生先生和张洪本先生是本公司的实际控制人，其为兄弟关系，张氏兄弟通过间接持股控制本公司股东环诚科技和日月光半导体(上海)有限公司，从而最终实际控制本公司，公司不了解其余股东之间是否存在关联关系及一致行动的情况							

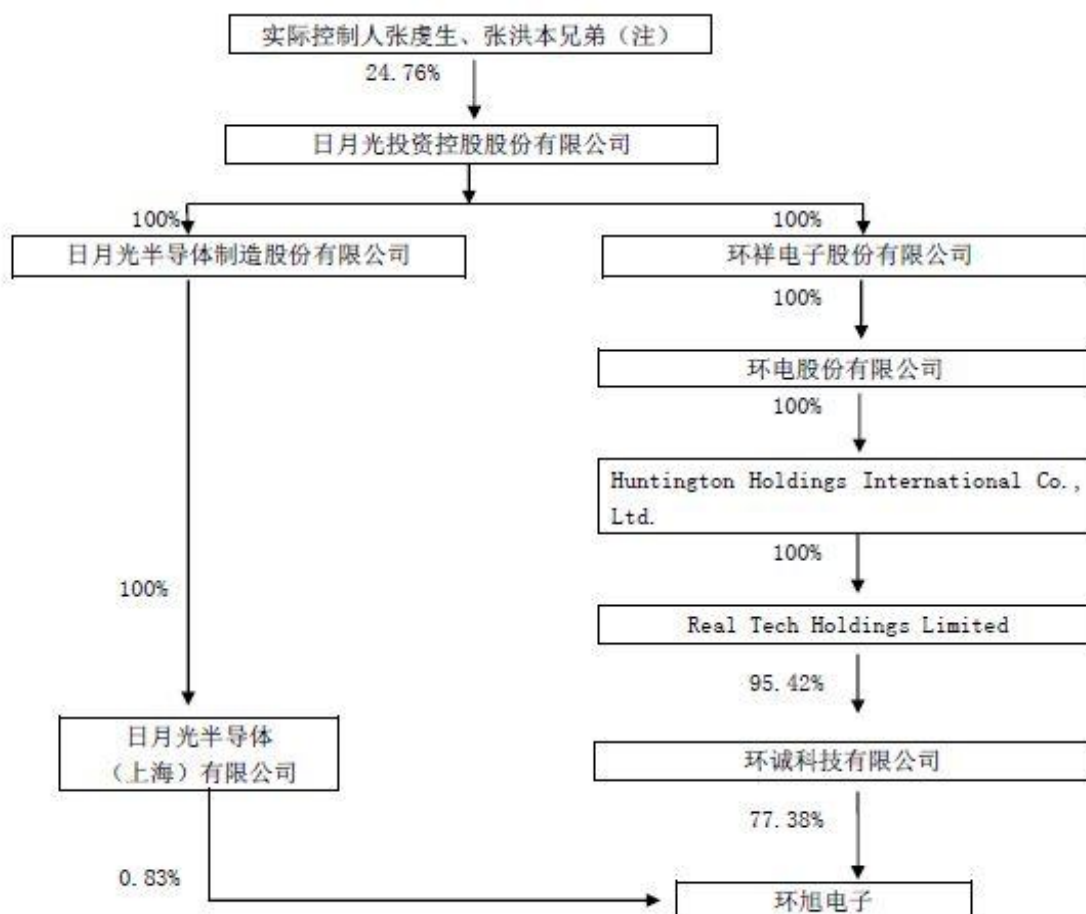
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



#### 4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



注 1：其中张虔生先生本人及透过香港商微和汇丰商业银行受托保管价值投资公司投资专户合计持股 21.97%，张洪本先生透过元大商业银行受托保管宝鹰公司投资专户和汇丰商业银行受托保管卓越资本获利公司专户合计持股 2.79%；

注 2：日月光半导体制造股份有限公司通过间接持股持有日月光半导体(上海)有限公司 100% 股份；

注 3：本表数据截止 2018 年 12 月 31 日；

#### 4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 √不适用

#### 5 公司债券情况

□适用 √不适用

### 三 经营情况讨论与分析

#### (一) 报告期内主要经营情况

2018 全年公司消费类、工业类和电脑类产品的营收收入同比均增加，使得公司整体营收保持稳健增长。受公允价值变动及投资收益的负面影响，公司 2018 年非经常性损益同比大幅减少，对

营业利润增长影响较大。2018 年公司实现归属于上市公司股东的净利润 11.80 亿元，较 2017 年 13.14 亿元，同比下降 10.21%。

2018 年是公司的“扩张”元年，围绕公司提出的“模块化、多元化、全球化”发展战略目标，公司继续强化领先同业的 D(MS)2 业务定位，巩固微小化系统模块（SiP）技术全球领导者地位，推动汽车电子、工业类及服务器等系统整合优势产品线加速成长。

2018 年年初以来，公司陆续宣布了与美国高通公司的合资案、与中科曙光合资案、波兰厂收购案、汽车产业基金投资案、惠州新厂投资案等，台湾和墨西哥也启动扩产。2018 年对公司来说，各项投资都有不同的进展，也为未来的发展奠定了基础。

## 1. 主营业务分析

利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位:元 币种:人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	33,550,275,008.23	29,705,684,977.64	12.94
营业成本	29,907,522,753.84	26,428,477,987.94	13.16
销售费用	280,444,316.62	240,143,670.80	16.78
管理费用	609,911,912.09	619,624,595.80	-1.57
研发费用	1,312,476,009.23	1,018,995,456.10	28.80
财务费用	-47,289,186.62	56,830,700.77	-183.21
经营活动产生的现金流量净额	-218,879,839.03	1,238,991,405.04	-117.67
投资活动产生的现金流量净额	-308,665,332.22	-152,994,363.89	101.75
筹资活动产生的现金流量净额	38,502,238.47	-716,988,312.76	-105.37

### (1) 收入和成本分析

√适用 □不适用

公司报告期内的收入和成本分析如下：

#### A. 主营业务分行业、分产品、分地区情况

单位:元 币种:人民币

主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
工业类产品	3,224,302,197.57	2,452,777,744.54	23.93	53.37	54.70	减少 0.65 个百分点
电脑类产品	4,041,073,446.14	3,266,459,593.23	19.17	33.17	33.12	增加 0.03 个百分点
存储类产品	592,948,344.01	395,577,810.57	33.29	-40.63	-39.84	减少 0.87 个百分点
消费电子类产品	11,687,354,017.52	10,725,490,050.31	8.23	44.51	47.39	减少 1.79 个百分点





通讯类产品	原材料	10,171,543,343.38	90.00	11,362,146,508.82	86.08	-10.48	
消费电子类产品	原材料	9,812,942,726.65	91.49	6,538,247,266.23	82.40	50.09	
电脑类产品	原材料	2,984,953,636.90	91.38	2,258,255,903.56	91.24	32.18	
存储类产品	原材料	308,792,905.81	78.06	536,341,328.58	81.51	-42.43	
工业类产品	原材料	2,152,958,540.96	87.78	1,460,538,260.68	93.12	47.41	
汽车电子类	原材料	1,204,525,976.73	80.12	1,215,049,651.85	82.14	-0.87	
其他	原材料	195,678,308.16		179,269,136.83		9.15	
主营合计		26,831,395,438.58		23,549,848,056.55		13.93	

#### 成本分析其他情况说明

适用 不适用

#### D. 主要销售客户及主要供应商情况

适用 不适用

前五名客户销售额 22,123,378,484.94 元，占年度销售总额 65.94%；其中前五名客户销售额中关联方销售额 0 元，占年度销售总额 0%。

前五名供应商采购额 12,280,565,357.49 元，占年度采购总额 42.43%；其中前五名供应商采购额中关联方采购额 0 元，占年度采购总额 0%。

#### 其他说明

公司前五大客户销售情况如下表：

rank	客户	2018 年度(人民币元)	占总营收比例
1	单位 A	12,732,439,506.72	37.95%
2	单位 B	4,578,521,088.63	13.65%
3	单位 D	1,825,629,515.25	5.44%
4	单位 C	1,509,711,569.59	4.50%
5	单位 P	1,477,076,804.75	4.40%
合计		22,123,378,484.94	65.94%

公司前五名供应商采购情况如下表：

rank	供应商	2018 年度(人民币元)	占总采购金额的比例
1	单位 A	5,085,806,053.34	17.57%
2	单位 Q	2,601,751,735.68	8.99%
3	单位 R	2,226,500,433.71	7.69%
4	单位 S	1,293,141,705.65	4.47%
5	单位 T	1,073,365,429.11	3.71%
合计		12,280,565,357.49	42.43%

#### (2) 费用

适用 不适用

1) 本期财务费用-47,289,186.62 元，较上期 56,830,700.77 元减少 104,119,887.39 元，主要系本

期因汇率变动导致汇兑利益金额增加所致。

2) 本期资产减值损失 38,355,618.4 元, 较上期 11,905,418.18 元增加 26,450,200.22 元, 主要系本期提列之存货减值损失增加所致。

3) 本期信用减值损失 17,693,065.83 元, 主要系本期根据《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》和《企业会计准则第 30 号-财务报表列报》的要求, 将 2018 年呆账费用进行调整, 2017 年不追溯调整所致。

4) 本期公允价值变动损益 -249,348,552.06 元, 较上期 145,959,543.15 元减少 395,308,095.21 元, 主要系本期投资的股票期末评价损失所致。

5) 本期投资收益 209,491,189.98 元, 较上期 97,902,580.83 元增加 111,588,609.15 元, 主要系本期处分股票收益增加及理财产品收益增加所致。

6) 本期资产处置收益 596,255.47 元, 较上期 4,895,287.93 元减少 4,299,032.46 元, 主要系本期资产出售利益减少所致。

7) 本期其他收益 35,560,866.83 元, 较上期 21,349,325.52 元增加 14,211,541.31 元, 主要系本期收到的政府补助收入增加所致。

8) 本期营业外支出 2,410,843.26 元, 较上期 9,829,303.79 元减少 7,418,460.53 元, 主要系本期资产报废损失减少所致。

### (3) 研发投入

#### 研发投入情况表

适用  不适用

单位: 元

本期费用化研发投入	1,312,476,009.23
本期资本化研发投入	0
研发投入合计	1,312,476,009.23
研发投入总额占营业收入比例 (%)	3.91
公司研发人员的数量	1,144
研发人员数量占公司总人数的比例 (%)	6.2
研发投入资本化的比重 (%)	0

#### 情况说明

适用  不适用

研发费用主要包括与研发相关的员工费用、折旧及摊销、材料领用、水电费、租赁费等。

### (4) 现金流

适用  不适用

项目	本期数	上年同期数	变动原因
经营活动产生的现金流量净额	-218,879,839.03	1,238,991,405.04	本期营运成长而备料较多及例行性员工调涨薪资所致。
投资活动产生的现金流量净额	-308,665,332.22	-152,994,363.89	本期营运需求产线扩增, 投入较多的资本支出购买设备所致。
筹资活动产生的现金流量净额	38,502,238.47	-716,988,312.76	本期营运资金需求增加, 向银行举借较多短期借款

所致。

## 2. 资产、负债情况分析

√适用 □不适用

单位：元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例 (%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例 (%)	本期期末金额较上期期末变动比例 (%)	情况说明
交易性金融资产	443,680,687.55	2.20	677,939,216.66	3.90	-34.55	主要系本期减少证券投资及证券投资评价损失所致
存货	4,760,159,720.87	23.62	3,317,612,598.43	19.11	43.48	主要系因应未来市场需求,故本期备货、备料增加所致。
其他流动资产	321,125,633.14	1.59	192,681,649.11	1.11	66.66	主要系本期预付税金及其他预付费用金额增加所致。
其他非流动资产	67,723,538.76	0.34	14,587,971.51	0.08	364.24	主要系营运所需,对外购买预付设备款增加及预付国外投资款所致。
短期借款	1,471,773,736.86	7.30	939,479,544.77	5.41	56.66	主要系本期增加银行借款所致。
长期应付职工薪酬	105,681,321.15	0.52	71,669,811.74	0.41	47.46	主要系本期依精算报告调增应付退休金所致。
预计负债	3,102,460.97	0.02	6,881,824.01	0.04	-54.92	主要系产品保固费用随时间经过减少所致。
其他非流动负债	1,881,460.42	0.01	1,416,810.39	0.01	32.80	主要系存入保证金金额增加所致。

## 3. 行业经营性信息分析

通讯类产品方面,根据公司整理的资料,苹果智能手机,2018年占有全球智慧手机15%的市场份额,销售数量达2.17亿支,与2017年持平。

WW Smart Phone Estimated Market Share

	2017		2018		17'18
	Shipments (M units)	Market Share%	Shipments (M units)	Market Share%	YoY Growth%
<b>Worldwide Total</b>	<b>1463</b>		<b>1403</b>		<b>-4.1</b>
SAMSUNG	306	21	290	21	-5.2
APPLE	217	15	217	15	0.1
HUAWEI	173	12	204	15	18
Xiaomi	83	5.7	133	9.5	60
OPPO	122	8.3	117	8.3	-4.1
VIVO	104	7.1	100	7.1	-3.8
Others	458	31	342	24	-26

Source: 环旭电子整理, Mar. 2019

消费电子类产品方面，根据公司整理的市调报告，整体智能手表出货量成长 28%，苹果智能手表出货量成长 40%，达到 4 千 6 百万支。受惠于智能手表市场的显着成长，公司消费电子类产品营收年成长 52%。

#### WW Smart Watch Estimated Market Share

	2017		2018		17'18
	Shipments (M units)	Market Share%	Shipments (M units)	Market Share%	YoY Growth%
<b>Worldwide Total</b>	<b>135</b>		<b>172</b>		<b>28</b>
Apple	33	24	46	27	40
Xiaomi	16	12	23	14	45
Fitbit	15	11	14	8	-10
Huawei	4.6	3.4	11	7	147
Samsung	5.8	4.3	11	6	85
Others	60	45	67	39	11

Source: 环旭电子整理, Mar. 2019

电脑类产品方面，根据公司整理的资料 2018 年整体市场呈现小幅衰退的情况，2018 年以后则大约维持现况。为追求成长，公司正努力调整产品组合，积极和客户合作利用公司的微小化技术，开发具有差异性和市场竞争力的产品。

#### WW PC & Tablet Shipment Forecast

(M unit)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	17'18 YoY%	18-22 CAGR %
<b>PC</b>	<b>420</b>	<b>415</b>	<b>416</b>	<b>413</b>	<b>410</b>	<b>407</b>	<b>-1.2</b>	<b>-0.5</b>
- Desktop	102	100	98	95	92	90	-2.5	-2.5
- Notebook	173	175	180	182	183	183	1.0	1.2
<b>Tablet</b>	<b>145</b>	<b>141</b>	<b>138</b>	<b>135</b>	<b>135</b>	<b>134</b>	<b>-3.1</b>	<b>-1.3</b>

Source: 环旭电子整理, Mar. 2019

存储类产品方面，公司的重要产品为 SSD。根据公司整理的资料，2018-2022 年 SSD 市场的复合增长率约为 12%，公司正积极开发新客户，产品营收和获利展望乐观。

#### WW SSD Shipment Forecast

(M unit)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	17'18 YoY%	18-22 CAGR %
<b>Total</b>	<b>190</b>	<b>235</b>	<b>279</b>	<b>326</b>	<b>347</b>	<b>357</b>	<b>24</b>	<b>12</b>
Enterprise	32	32	32	36	39	42	-0.1	8.3
Client	140	186	229	272	288	294	33	13
Industrial	18	18	18	19	20	21	-4.8	6.1

Source: 环旭电子整理, Mar. 2019

在工业类产品方面，根据公司整理的资料，主要产品智能手持设备和 POS 的市场持续稳定的成长，公司在产品技术研发能力和质量控管方面深受客户肯定，因客户陆续采用公司提供的创新解决方案，因此 2018 工业类产品营收增长 54%，显着优于市场平均水平。

#### WW POS Shipment Forecast

(M unit)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	17'18	18-22
							YoY%	CAGR %
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>56</b>	<b>68</b>	<b>82</b>	<b>96</b>	<b>111</b>	<b>22</b>	<b>19</b>
Fixed	36	43	52	61	71	81	19	17
Mobile	10	13	16	21	25	30	30	23

Source: 环旭电子整理, Mar. 2019

在汽车类产品方面，根据公司整理的资料，2017—2022 汽车市场成长率约为 2%。由于汽车电子零件占整车成本的比重越来越高，所以，汽车电子零件市场成长率优于汽车销售成长率。公司正积极与客户开发新产品，并扩充墨西哥和建立波兰的生产据点，以就近服务客户。

#### Global Light Vehicle Forecast by Region

Region/M Units	2017	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
							17-22
<b>Grand Total</b>	<b>94</b>	<b>95</b>	<b>98</b>	<b>100</b>	<b>102</b>	<b>104</b>	<b>2.0%</b>
Greater China	28	28	30	31	32	33	2.8%
Europe	20	21	21	21	21	22	1.2%
North America	21	21	21	21	21	21	-0.3%
Japan/Korea	7	7	7	6	6	6	-1.7%
South America	4	4	4	4	5	5	4.8%
Middle East/Africa	5	5	6	6	6	6	4.2%
Others	8	9	10	10	11	11	6.1%

Source: 环旭电子整理, Mar. 2019

#### 4. 行业格局和趋势

√适用 □不适用

##### (1) 行业全球市场容量

公司整理专业市场调研机构的报告显示，2018 全球电子制造服务收入将达到 5,076 亿美元，预计 2022 年全球电子制造服务收入可达到 6,740 亿美元以上，2017 年到 2022 年均复合增长率约为 7.5%。整体市场呈现稳定成长的趋势。



Source: 环旭电子整理, Mar. 2019

## (2) 全球竞争格局及行业排名

以目前已公布最新的 2017 年度全球电子制造服务商排名情况如下:

排名	厂商名称	营业收入 (亿美元)	年成长率	主营业务净利润率
		2017 年度	16,17%	2017 年度
1	鸿海	1,559	15%	2.9%
2	和硕联合	395	10%	1.3%
3	广达	336	21%	1.4%
4	Flextronics	249	4.3%	2.1%
5	仁宝	293	23%	0.7%
6	纬创	276	35%	0.5%
7	Jabil Circuit, Inc.	195	6.5%	0.5%
8	英业达	154	16%	0.8%
9	冠捷	96	-2.3%	-0.6%
10	光宝	71	0.0%	1.3%
16	环旭	44	23%	4.3%
	整体行业	4,150	15%	2.0%

Source: 环旭电子整理, Mar. 2018

环旭电子在 2017 年全球 EMS 厂商排名为第十六位。

## (3) 行业利润水平的变动趋势就净利率分析

公司主营业务净利润率 2016 年为 3.4%，2017 年提升为 4.3%，优于全球前十大合约制造商的平均水平。

公司净利率高于同行业水平的原因分析如下:

- 1) 产品组合丰富而平衡且科技含量较高

产品丰富而平衡，提供设计制造服务，产品大多为该领域的关键零组件，非单纯组装最终产品。

#### 2) 具备领先同业的工艺技术水平

产品良率及制程能力均高于同业，如 SMT 制程平均首次良率达到 99.7% 以上。

#### 3) 具备成本控制优势

开发环节通过合理规划和材料选择，使产品具备成本优势；通过对产线的合理布局，实现生产管理的制度化、系统化和标准化，有效控制产品单位生产成本。

#### (4) 行业发展格局

短期看，电子行业增长大幅趋缓，曾驱动行业高速成长的 PC 和手机均已进入成熟期。

中期看，模组化在手机、穿戴设备等便携式电子产品的应用将更加广泛。模组化和系统整合产品提供了更迅速的市场解决方案。随着更多的健康监测功能和大数据分析功能的加入，预计未来穿戴设备将更多选用模组化方案。此外，全球即将跨入 5G 时代，5G 网络强大的连接能力，包括电子元器件、终端应用等领域在内的全产业链都将迎来大发展以及转型升级期。

从中长期看，5G 将是电子行业发展最大的机遇。5G 将是一个真正的“万物互联”的时代，能够应对持续增长的移动流量的需要以及未来不断涌现的各类新的设备和应用场景。5G 与工业互联网、云计算、大数据、人工智能、物联网等的加速融合，数据量更加巨大、复杂，对计算提出更高要求，为发展 AI 计算、边缘计算带来新机遇，将推升下一波硬件、电子设备、通信和存储的需求。

## 5. 公司发展战略

### (1) 行业发展趋势

全球电子产品外包需求呈现不断增长的态势。随着电子制造服务模式日益成熟和服务能力的不断提升，全球电子制造服务业服务领域越来越广，代工总量逐年递增。为了满足品牌商日益增长的需求，电子制造服务的范围不断延伸，并逐步涵盖产品价值链的高端环节，这种趋势为本公司这类具备产品规划、设计与研发能力的制造厂商提供了更广阔的发展空间。根据市场分析报告及本公司整理的的数据，全球 EMS/ODM 市场均维持稳健成长的态势，年平均成长率约 7%。

### (2) 行业壁垒

#### 1) 研发能力及制造技术壁垒

由于电子产品技术日新月异、产品升级换代速度很快，同时随着电子产品领域专业分工的深化，品牌商对于其供应链重要环节的专业制造服务商之研发能力和制造能力提出了更高和更为严格的要求，因此，制造服务行业也需要延续电子产品不断的研发同步和技术升级，需要服务提供商在整体的研发技术能力、工艺技术保障、品质技术控制和生产技术管理等各个环节能为之提供配套。这就成为进入电子制造服务行业必须跨越的很高门槛。

#### 2) 进入大型品牌商供应链的资质壁垒

在全球电子产品不断推陈出新、市场竞争越演越烈的背景下，制造服务企业只有与大型品牌商进行合作，加入其全球分工体系，才能获得稳定的业务和持续的盈利。但是制造服务商在成为大型品牌商的供应商之前，需要长时间的市场开拓、严格的质量管理体系审核以及产品性能认证。因此，严格的供应商资质认证对新进入者形成了较高的市场进入壁垒。

#### 3) 规模化生产管理能力的壁垒

专业的电子制造服务商在为国际大型品牌商提供的服务中，核心环节之一是大规模的生产制造服务。由于生产线多、原材料品种及数量多、订单数量大，而对产品生产效率和品质的要求又很高，因此需要通过规范化的生产工艺管理、标准化的操作流程、实时在线监控、多环节的产品检测等来实现高产出、低成本和高品质。这就对拟进入此行业的企业之生产管理能力的提出了非常高的要求。

#### 4) 供应链管理能力的壁垒

电子制造服务商所服务的行业跨度较大，包括了网络通讯、消费电子等领域；制造服务商提供服务的业务管理跨度较大，包括产品研发设计、物料采购、生产制造、品质控制、物流配送及售后服务等；制造服务商提供服务的地域跨度也较大，为配合品牌商的全球销售及降低成本，需要进行全球采购、配送和维修。因此，制造服务商如何在每一个服务环节及时、准确地满足每个客户对供应链配套的需求，并建立一个完善、高效及具有竞争力的上下游供应配套体系，是复杂且系统的工作。具备出色且满足客户需求的供应链管理能力和成为电子制造服务商的较大障碍。

#### 5) 资金投入的壁垒

大型电子产品品牌商要求与其合作的制造服务商必须具备与之业务规模匹配的制造能力，因而对设备、厂房、配套设施等固定资产的投入有较高要求，特别是要满足精密制造需要服务商购置大量昂贵的 SMT 组装系统及测试设备，对初期投入的资金门槛设置较高，同时需要根据产品更新换代追加设备技术改造及升级的投入；另一方面，大规模生产制造需要满足大批量生产采购的要求，而建立完善物料采购体系并保持其良性持续的运转还需要大量的流动资金保证。因此，巨大及持续的资金投入是进入电子制造服务行业的一大障碍。

#### (3) 市场竞争格局转变

根据公司整理的专业机构统计，2018 年合约制造产业前三大类产品营业收入分别为：无线通信行业占 37%，计算机行业占 32%，消费电子行业占 15%。

预计到 2022 年，无线通讯、计算机、消费电子占整个合约制造行业比重的 85%，2018 至 2022 年这三个行业营业收入的复合成长率分别为 9.3%、6.8%、4.9%。

合约制造产业营业额预估 2018-2022

	2018 (\$B)	2022 (\$B)	2018 (%)	2022 (%)	CAGR 18-22(%)
Communications	189	270	37%	40%	9.3%
Computer	164	213	32%	32%	6.8%
Consumer	75	90	15%	13%	4.9%
Industrial	33	41	6.5%	6.1%	5.8%
Medical	20	25	3.9%	3.7%	6.1%
Automotive	15	21	3.0%	3.1%	8.3%
Commercial Aviation	6.3	7.8	1.2%	1.2%	5.3%
Defense/Other	6.0	7.1	1.2%	1.0%	4.2%
Total	508	675	100%	100%	7.4%

Source: 环旭电子整理, Mar. 2019

#### (4) 面临的困难

- 1) 同行业竞争对手积极争取公司客户，面临的竞争压力加大；
- 2) 客户对于质量及成本的要求更加严格，实现业务成长必须超越竞争对手及客户的期待。

#### (5) 应对策略

- 1) 凭借本公司先进技术优势、资本优势、资源整合优势来深耕现有客户以及争取更多潜在客户，扩大业务版图。
- 2) 藉由本公司特有的先进制程、弹性产能以及多元的生产线，满足客户更多新产品、新技



术以及大量、实时的需求。

3) 利用整合优势, 以提供一站式服务、整合集团资源、技术互享, 以创造更多附加价值及更大的经济效益, 强化竞争优势, 争取市场份额及布局未来市场成长的商机。

4) 坚持稳健的财务结构, 为发展新技术、新产品所需的资金提供稳定及充足的资源。

## 6. 经营计划

### (1) 成长计划

公司作为全球电子设计、制造及服务的 DMS 领导厂商, 未来不仅要追求内部的自然成长, 同时也积极寻求来自外部的成长动能。坚持“模组化、多元化、全球化”战略, 用全球视野布局产业未来, 在微小化解决方案上持续技术创新, 努力为客户创造价值。

公司凭借着多年来与全球主要领导品牌厂商的长期的合作关系, 在细分领域中保持了领先的地位。同时, 保持既有的精中选优的策略, 根据市场动态、客户需求以及电子科技的主流技术, 结合公司多年累积的核心优势, 锁定高成长性且具有一定市场规模的电子信息产业。

公司将寻求外部的成长契机, 补强本身在产业、供应链、客户、技术, 以及制造据点, 提升自身在电子信息产业当中的竞争力。此外公司对于微小化系统模组的投资着眼于行业发展趋势, 对未来竞争能力的战略性投资, 虽然短期的获利能力会受此项新投资影响。但公司经过此项目的投资已使公司在微小化系统模组的技术水平及量产能力领先市场同业, 将使公司在未来争取无论是现有客户的新产品及潜在客户的订单上产生绝对的优势。

### (2) 研发计划

一直以来, 尖端的制程能力、严谨的质量管控系统与实时回馈的产销制度, 是客户长期信赖、肯定公司的关键因素; 但在一日千里的产业竞争下, 要加速公司的成长动能, 单靠上述的因素是不足的。公司必须持续强化研发能力, 提升产品的研发比重, 持续成为市场领头羊。

公司广纳两岸优秀研发人才, 为开发各项新技术、新产品注入活力, 整合软件、硬件与微小化的能力, 提高产品的附加价值及利润。

除此之外, 公司也将以下列研发方向作为未来的主轴:

- 1) 无线通讯模组产品;
- 2) 汽车电子产品;
- 3) 持续对微小化产品的应用领域进行扩充, 除现有产品外更扩及物联网产品的应用, 并持续进行制程改进;
- 4) 与业界领先的科技公司合作, 生产集成度更高、功能更多的模组产品, 布局物联网等领域;
- 5) 针对云计算研发与网络存储相关的技术, 并与主要芯片公司合作推出效能卓越的固态硬盘; 以及固态硬盘的微小化研发;
- 6) 电脑类产品的微小化;
- 7) 持续开发绿色设计 (Green Design) 产品, 降低物质和能源的消耗。

### (3) 生产计划

公司的生产据点主要分布在上海、昆山、深圳、台湾及墨西哥, 且已规划在巴西、波兰和广东惠州建立新的生产据点, 藉此建立更完整的全球供应体系。公司也将视客户需求及未来的成长需求予以适当的对其他地区生产基地产能进行扩充。为了应对国内人员工资上涨的问题, 顺应政策导向, 公司自 2012 年开始, 便积极导入自动化生产的作业流程, 一方面带来更高的质量保证, 同时, 也利用自动化生产流程, 取代过去需要大量人工的制程环节。

### (4) 人力资源计划

根据公司未来的发展战略, 公司制定了人力资源规划, 对于公司未来人力的需求、人才引进以及培养进行了预测与规划。依据业务发展的需要, 提高工作效率, 优化人力资源结构, 并提升

自动化生产水平。公司将持续完善以人为本的企业文化，规划员工职业生涯发展、绩效考核和激励机制，为人才的发展提供空间，进一步降低人员流失率，为公司实现发展目标提供有力的人才保障。

#### （5）管理提升计划

卓越营运是公司发展战略的三大驱动力之一。未来公司将持续强化业绩管理，贯彻以客为尊、以人为本、致力创新的经营理念，为股东创造最大的价值。

## 7. 可能面对的风险

### （1）客户集中度较高的风险

电子制造行业专业化分工和全球性采购、生产、销售的特性决定了电子产品市场的竞争不再简单地表现为单一公司之间的角逐，而是各个供应链之间整体的比拼。在整个供应链体系中，国际大型品牌商作为供应链的领导者，直面终端消费群体，国际大型品牌商通过不断推出新产品或升级新技术来经营打造其品牌，并根据市场及自身产品信息不断反馈、改进和协调供应链各环节，从而促使自己和整个供应链生产效率的提高和成本的有效控制，并实现各个供应链成员企业的共赢。

公司凭借在产品研发、产品品质和质量控制、供应链管理等方面的竞争优势，已进入全球业界一流品牌厂商供应链体系，形成了长期稳定的供应关系，是主要客户同类产品独家或主要供应商之一。在细分产品领域，公司主要服务该领域的高端客户，客户集中度较高，2018年，公司前五大客户合计占公司收入比重为79%，占比相对较高。本公司将不断开发新客户，因应市场需求变化，积极切入新产品市场，以降低销货集中之风险。

### （2）行业及宏观经济波动的风险

电子制造行业有明显的波动性，与世界及国内的宏观经济情况息息相关，公司将持续观察市场的脉动以及与客户之间更紧密的互动来掌握客户的需求与变化，并强化市场信息的搜集与分析来降低产品需求改变对科技所造成的影响。公司也规划定期拜访产业领先地位之客户，透过技术研讨会与标杆客户共同规划产品蓝图与产品规范，确保研发技术能符合客户上市需求，并积极和客户合作开发，落实资源共享，以降低市场风险。

### （3）财务风险

#### 1) 应收账款的回收风险

截至2017年末及2018年末公司应收账款净额分别为585,192.78万元和758,811.77万元，占总资产的比例分别为33.70%和37.66%。公司的主要客户均为业内知名的品牌商，信用记录良好，坏账风险较小。根据公司信用管理政策，公司会给予客户一定期间的信用期。未来随着公司经营规模的扩大及拓展国内市场，应收账款的规模会相应增长，信用风险也会相应提高，如发生金额较大的呆坏账损失，将对公司的盈利水平造成不利影响。

#### 2) 存货发生减值的风险

截至2018年12月31日，公司存货账面余额为485,341.72万元，计提跌价准备9,325.75万元，存货账面价值476,015.97万元，存货账面价值占流动资产的比例为26.60%，占总资产的比例为23.62%，存在存货跌价的风险。

### （4）汇率波动风险

公司在大陆地区以外的营业收入占比80%以上，主要交易以美元报价为主，制造成本会受益于人民币相对美元贬值，但美元升值对公司的美元借款会有负面影响，总体而言公司会受益于人民币相对美元贬值。公司将会持续针对美金收付部位的差额进行必要避险操作，使汇率变动对公

司的影响降到最低程度。

#### (5) 技术风险

公司通讯类、消费电子类、电脑类产品营业收入占比约 85%。3C 产品具有技术更新快、产品技术升级频繁、产品生命周期逐渐缩短的特点，并向“微型化、轻薄化”的趋势发展。公司将持续观察市场的脉动以及定期拜访产业领先地位之客户，与客户之间更紧密的互动来掌握客户和市场的需求与变化，并强化市场信息的搜集与分析来掌握技术改变的趋势和建立市场先进优势。

#### (6) 经营管理风险

##### 1) 原材料价格波动风险

本公司的主要原物料为印刷电路板、集成电路、陶瓷基板、油墨、半导体零件、机构零件、石英晶体等。供货商大多为 ISO-9000 认证合格之绩优厂商，长期与本公司保持良好合作关系，同时依不同原物料采取不同的采购策略，以确保材料之供应具竞争的价格优势，并采取分散货源以分摊取得风险，确保合理之成本、准确的交期与良好的质量。

##### 2) 业务管理难度增加的风险

公司以上海总部为运营、研发中心，设立上海、昆山、深圳、台湾、墨西哥、波兰等生产基地，在上海、深圳、香港、台湾、美国、日本设立销售机构和服务全球客户的网络。跨国企业的经营模式将增加公司经营运作、财务管理及人员管理的难度，经营运作面临中国大陆、香港、台湾、美国等不同体系的法律法规环境、经营环境的影响。若公司经营管理人员及各项制度不能适应全球化经营、跨区域管理及规范运作的要求，将影响公司的经营效率和盈利水平。

##### 3) 产品质量控制风险

公司主要客户均为全球电子产业知名品牌商，其对产品的质量有相当严格的控制标准。公司在业界一直以品质优良赢得客户信赖，拥有较为严格质量控制标准和完善的质量控制措施，但如果公司在产品质量控制方面出现问题，导致客户要求退货、索赔甚至失去重要客户，相应的损失将对公司的生产经营造成不利影响。

针对上述风险，公司将建立风险防范和控制措施，并严格按照有关法律法规的要求，规范公司行为，及时、准确、全面、公正地披露重要信息，加强与投资者的沟通，尽可能地降低公司投资风险，确保经营业绩稳健快速增长。

#### (7) 人才流失的风险

公司属于技术密集型企业，优秀的管理人员及技术人员是公司发展的重要基石。公司主要厂区均处上海、昆山、深圳、台湾等地区，有利于吸引高素质人才。但由于同行业竞争加剧，各类公司对人才的需求旺盛，对优秀人才的争夺也更加激烈。如若公司的管理人员或主要技术人员流失，在短时间内无法招聘到适合公司文化、经验丰富的人员，可能对公司造成不利影响。

#### (二) 导致暂停上市的原因

适用 不适用

#### (三) 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

#### (四) 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

√适用□不适用

财政部 2017 年先后修订颁布了《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》(财会〔2017〕7 号)、《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》(财会〔2017〕8 号)、《企业会计准则第 24 号—套期会计》(财会〔2017〕9 号)和《企业会计准则第 37 号—金融工具列报》(财会〔2017〕14 号)(以上四项合称“新金融准则”),本公司自 2018 年 1 月 1 日起执行新金融准则,涉及前期比较财务报表数据与新金融工具准则要求不一致的,本公司无需进行调整。金融工具原账面价值和在新金融工具准则施行日的新账面价值之间的差额,计入 2018 年 1 月 1 日的留存收益或其他综合收益。于 2018 年 1 月 1 日本公司采用新金融工具准则的影响如下:

1) 于 2018 年 1 月 1 日,可供出售金融资产 22,585,581.40 元重分类至其他权益工具投资项目,该部分投资属于非交易性权益工具投资,且本公司预计不会在可预见的未来出售。其中,可供出售金融资产 22,585,581.40 元为在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资,于以前年度根据原金融工具准则按照成本计量。于 2018 年 1 月 1 日对该权益投资采用公允价值计量导致其他权益工具投资项目账面价值增加 1,666,845.56 元,并相应增加其他综合收益(其他权益工具投资公允价值变动)。

2) 于 2018 年 1 月 1 日,以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产 677,939,216.66 元重分类至交易性金融资产项目。

3) 于 2018 年 1 月 1 日,本公司对应收票据、应收账款及其他应收款,分类为摊余成本计量的金融资产,根据新金融工具准则要求采用预期信用损失模型确认信用损失准备,以替代原先的已发生信用损失模型。

另根据财政部 2017 年 7 月 5 日修订发布的《企业会计准则第 14 号—收入》(财会〔2017〕22 号)(以下简称“新收入准则”)相关规定和要求,本公司亦自 2018 年 1 月 1 日起执行。

根据财政部发布的新收入准则,其修订的主要内容如下:

- 1) 将现行收入和建造合同两项准则纳入统一的收入确认模型;
- 2) 以控制权转移替代风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准;
- 3) 对于包含多重交易安排的合同的会计处理提供更明确的指引;
- 4) 对于某些特定交易(或事项)的收入确认和计量给出了明确规定。

按照上述新收入准则的规定,公司重新评估了主要合同收入的确认和计量、核算和列报等方面,认为对本公司之财务报告无重大影响。涉及前期比较财务报表数据与新收入准则要求不一致的,本公司无需进行调整。

于 2018 年 1 月 1 日本公司采用新收入准则的影响详如下：

1) 于 2018 年 1 月 1 日，预收款项 87,476,783.61 元重分类至合同负债项目。

根据 2018 年 6 月 15 日财政部发布之《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。根据该通知要求，公司已对财务报表相关科目和其内容进行列报调整，并对可比会计期间的数据进行了调整。

本公司评估后认为本次上述会计政策变更是对资产负债表及利润表列报项目及其内容做出调整，对公司财务状况、经营成果和现金流量不产生重大影响。

（五） 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

（六） 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

适用 不适用

本年度合并财务报表范围详细情况参见附注(九)“在其他主体中的权益”。本年度合并财务报表范围未发生变化。

董事长：陈昌益

董事会批准报送日期：2019 年 3 月 27 日