公司代码:601231　　公司简称:环旭电子

环旭电子股份有限公司

2015 年度报告摘要

一 重要提示

1.1 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网站上仔细阅读年度报告全文。

1.2 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。

1.3 公司全体董事出席董事会会议。

1.4 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。

1.5 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	郑丹阳	王婷
电话	021-58968418	021-58968418
传真	021-58968415	021-58968415
电子信箱	Public@unisitron	Public@unisitron

1.6 2016年3月24日,经本公司第三届董事会第十二次会议决议,通过了2015年度利润分配预案为:拟以2015年年末总股本2,175,923,580股为基数,向全体股东每10股派发现金红利1元(含税),分红总额为人民币217,592,358.00元,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,本利润分配预案尚需提交公司股东大会审议。

二 报告期主要业务或产品简介

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。而在整个体系中,国际大型品牌商无疑充当着供应链最终领导者的角色,对供应链进行控制和协调,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”。品牌商要真正实现品牌增值及持续获利,只有通过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,才能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)2模式转变,即增加M是Miniaturized(微小化),而S则是Solutions(解决方案),以在整个价值链过程中将获得更高的价值增值,并更多的参与到整个产业链中的应用型解决方案,整体服务及产品的附加值也将不断得到提升。即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。诸如公司等实力厂商未来将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。随着电子产品趋于微小化、个性化、功能多元化,应用于电子产品的模组也将朝着微型化、多功能集成化的方向快速发展,并成为同类模组产品的主流。

智能终端功能不断增强,生态系统的成熟和百万APP的多样功能使人们对智能手机及平板电脑的性能需求越来越强,从最初的拍照、摄像功能到3G、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,以智能眼镜、手环、手表及虚拟现实产品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。尽管与之相关的应用和生态系统仍然薄弱,但随着技术的逐步成熟,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,未来营业收入的成长可以期待,公司现阶段的主要挑战是精致管理,努力创造出利润,要开发出完整的解决方案,整合软件、硬件能力,以差异化创造产品附加价值及利润,以求给股东带来更好的回报。

三 会计数据和财务指标摘要

单位:元　币种:人民币

	2015年	2014年	本年比上年增减(%)	2013年
总资产	13,031,434,863.11	12,333,574,408.05	5.66	8,478,399,789.85
营业收入	21,323,077,287.23	15,873,001,002.01	34.34	14,272,346,742.83
归属于上市公司股东的净利润	690,516,504.36	701,393,987.26	-1.55	564,213,068.19
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	607,499,333.12	648,688,656.94	-6.35	517,456,236.21
归属于上市公司股东的净资产	6,809,000,813.63	6,326,083,922.12	7.63	3,801,032,971.01
经营活动产生的现金流量净额	1,301,078,479.91	963,221,744.97	35.08	1,326,398,998.45
期末总股本	2,175,923,580	1,087,961,790	100	1,011,723,803
基本每股收益(元/股)	0.32	0.34	-5.88	0.28
稀释每股收益(元/股)	0.57	0.72	下降6.15个百分点	0.72
加权平均净资产收益率(%)	10.57	16.72		15.72

四 2015年分季度的主要财务指标

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	4,259,256,574.70	5,326,000,041.64	5,868,992,815.68	5,878,827,855.31
归属于上市公司股东的净利润	141,271,883.79	95,918,353.72	234,214,400.51	219,111,866.34
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	109,656,446.86	66,946,172.34	221,447,317.85	209,449,396.07
经营活动产生的现金流量净额	121,100,357.20	-597,290,105.35	122,257,311.98	1,655,010,916.08

五 股本及股东情况

5.1 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

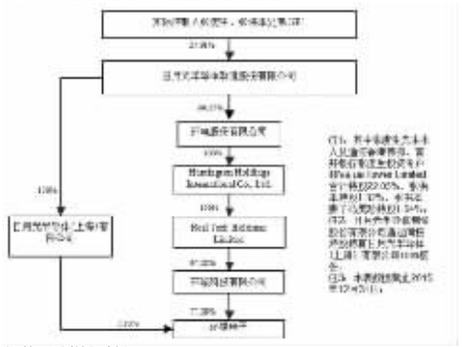
截止报告期末普通股股东总数(户)	28,213
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	28,246

前10名股东持股情况

股东名称(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况 股份状态	质押或冻结情况 数量	股东性质
环诚科技有限公司	787,874,563	1,683,749,126	77.38	0	无		境外法人
中国证券金融股份有限公司	63,916,964	63,916,964	2.94	0	未知		未知
国联安基金-工商银行-国联安一精品一定向增发10号资产管理计划	15,500,000	31,000,000	1.42	0	未知		未知
前海人寿保险股份有限公司-自有资金华泰组合	14,066,848	26,384,464	1.21	0	未知		未知
日月光半导体(上海)有限公司	9,049,238	18,098,476	0.83	0	无		境内非国有法人
安徽省投资集团控股有限公司	7,839,541	15,679,082	0.72	0	未知		未知
天弘基金-民生银行-天弘基金定增新兴资产管理计划	7,834,663	15,669,326	0.72	0	未知		未知
申万宏源证券有限公司	7,828,865	15,657,689	0.72	0	未知		未知
广发乾和投资有限公司	6,047,965	13,833,330	0.64	0	未知		未知
中央汇金资产管理有限责任公司	12,736,500	12,736,500	0.59	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,从而被视实际控制本公司,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。						

5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



六 管理层讨论与分析

公司2015年实现营业收入2,132,307.73万元,较2014年增加545,007.63万元,同比长34.34%,但由于环维电子营业收入增长的贡献尚不足以弥补较高的设备投入成本及制造费用,影响公司的获利能力,使得营业利润为73,805.44万元,相较2014年同期减少6,083.52万元,同比减少7.61%,利润总额75,755.29万元,相较2014年同期减少5,361.46万元,同比减少6.61%。归属于上市公司股东的净利润69,051.65万元,相较2014年同期减少1,087.75万元。同比减少1.55%。

公司2015年实现了营业收入2,132,307.73万元,创公司上市来最高水准。

因客户新产品上市的影响,使营收增长较多,但利润由于公司子公司环维电子仍未尚未形成经济规模,影响了公司总体的利润增长。公司会对环维电子进行一些调整,除了降低环维电子的整体成本,并加强环维电子的产能利用,争取有更好的订单条件,目标环维电子于2016年能够达到损益两平。

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。但公司经过此一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。

(一) 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	21,323,077,287.23	15,873,001,002.01	34.34%
营业成本	19,093,432,565.92	13,804,620,593.43	38.31%
销售费用	225,404,135.51	279,292,658.94	-19.29%
管理费用	1,306,975,085.60	1,036,451,425.75	26.10%
财务费用	12,153,155.65	-15,002,997.72	-181.00%
经营活动产生的现金流量净额	1,301,078,479.91	963,221,744.97	35.08%
投资活动产生的现金流量净额	-713,089,586.18	-964,722,045.31	-25.31%
筹资活动产生的现金流量净额	-800,640,800.01	1,963,739,741.55	-140.77%
研发支出	915,002,183.83	691,528,009.01	32.32%

1) 营业收入增加主要系本期因为通讯类、消费电子类、电脑类产品营业收入增加所造成。

2) 营业成本增加主要系本期因出货增加致相应的成本增加所致。

3) 财务费用增加主要系上期因汇兑收益较高使财务费用为净利益所致。

4) 筹资活动产生的现金流量净额减少主要系上期非公开发行股票募集资金增加,致上期筹资活动产生大额的现金净流入及本期偿付负债金额增加所致。

(二) 资产、负债情况分析

资产及负债状况

单位:万元

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
应收票据	2,139.40	0.16%	3,906.06	0.32%	-45.23%	主要系本期期末客户承兑汇票到期兑现所致。
预付款项	575.70	0.04%	1,620.20	0.13%	-64.47%	主要系本期预付材料款减少所致。
其他应收款	9,066.24	0.70%	4,691.45	0.38%	93.25%	主要系本期应收出口退税款增加所致。
存货	252,111.99	19.35%	187,996.37	15.24%	34.11%	主要系本期期末因应客户需求提前备料及生产以满足年后供货的需求。
在建工程	3,035.31	0.23%	15,260.30	1.24%	-80.11%	主要系本期初募资项目工程、设备于本期验收转固所致。
递延所得税资产	29,224.96	2.24%	10,849.06	0.88%	169.38%	主要系本期环维电子亏损可于以后年度抵扣,故递延所得税资产增加。
其他非流动资产	1,698.58	0.12%	6,371.13	0.52%	-74.75%	主要系本期预付设备款减少所致。
短期借款	87,326.39	6.70%	138,146.84	11.20%	-36.79%	主要系本期美元汇率变动因素,减少美金短期借款金额所致。
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	314.65	0.02%	236.64	0.02%	32.92%	主要系本期期末美金升值,致期末存在的未交易远期外汇合约(卖美金/产生评价损失增加所致。
预收款项	1,499.36	0.12%	936.12	0.08%	60.17%	主要系本期预收客户款增加所致。
应交税费	15,620.90	1.15%	8,634.63	0.70%	73.96%	主要系本期应付所得税增加所致。
应付利息	67.48	0.01%	510.86	0.04%	-86.79%	主要系本期短期借款减少所致。
其他应付款	21,515.60	1.65%	13,522.36	1.10%	59.11%	主要系本期代收客户设备材料款增加所致。
其他流动负债	614.75	0.05%	916.59	0.07%	-32.93%	主要系本期内系户收取的购买治具模具补贴金额减少所致。
递延收益	5,639.87	0.43%	2,743.38	0.22%	105.58%	主要系本期收到政府补助金额增加所致。
递延所得税负债	35.95	0.03%	728.04	0.06%	-51.66%	主要系墨西哥厂按税法规定调整所致。
其他非流动负债	114.60	0.01%	84.01	0.01%	36.41%	主要系本期收到供应商存入保证金增加所致。
股本	217,592.36	16.70%	108,796.18	8.82%	100.00%	主要系本期资本公积转增股本所致。
资本公积	154,612.16	11.86%	262,916.55	21.32%	-41.19%	主要系本期资本公积转增股本所致。

(三) 行业经营性信息分析

根据公司整理的资料,公司的主要客户苹果智能手机,2015年占有全球智慧手机17%的市场份额,销售数量达2.3亿支,较2014年成长18%;在平板计算机(Tablet),销售数量达5千万台以上,占全球29%的市场份额。公司是无线通讯模组的领导厂商,通讯模组应用在整体市场和主要客户皆处于成长趋势的情况下,2015年通讯类产品营业收入成长34.36%,未来订单展望呈现健康与成长的状态。

WorldWide Top 5 Smart Phone Estimated Market Share

	2014		2015		2015
	Shipments	Market	Shipments	Market	YoY
	(M units)	Share	(M units)	Share	Growth
Worldwide Total	1244	7	1332	7	7.1%
SAMSUNG	322	26%	315	24%	-2.3%
APPLE	192	15%	226	17%	18%
HUAWEI	62	5%	92	7%	47%
XIAOMI	54	4%	73	5%	35%
LG	60	5%	64	5%	7.5%
Others	564	46%	563	42%	1.6%

Source:环旭电子整理, Mar. 2016

WorldWide Top 5 Tablet Brand Estimated Market Share

?	2014		2015		2015
?	Shipments	Market	Shipments	Market	YoY
?	(M units)	Share	(M units)	Share	Growth
Worldwide Total	218	7	179	7	-18%
Apple	64	29%	51	29%	-20%
Samsung	37	17%	32	18%	-15%
Lenovo	10	4.8%	10	5.8%	0.3%
Huawei	0.5	0.3%	6.9	3.9%	1173%
Asus	10	4.5%	5.9	3.3%	-39%
Others	96	44%	72	41%	-25%

Source:环旭电子整理, Mar. 2016

消费电子类产品本年度新增了用于穿戴装置的微小化系统模块产品,根据市场调查信息,智能穿戴市场在2015年有非常显著的成长,相较2014年成长约70%,其中2015年SmartWatch的成长主要来自于Apple,且市场持续看好Apple将在智慧穿戴市场扮演领导者的角色。本公司微小化系统模组的技术水平及量产能力领先市场同业,在智慧穿戴市场未来订单也可望有明显的成长机会。

Wearable Market Shipment Forecast (M Units)

?	2014	2015	2016	2017	CAGR
Worldwide Total	49	84	91	110	131%
Smart Watch	4	29	32	45	224%
Fitness Wearable	36	42	42	43	106%
Others	10	12	16	22	130%

Source:环旭电子整理, Mar. 2016

公司2015年电脑类产品营业收入成长主要来自联想,根据公司整理的资料,联想计算机2015营业额较2014持平,但市占率维持领先,上升1%达到20%,公司订单成长符合市场趋势。

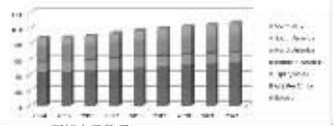
Worldwide Top 5 PC Vendor Estimated Unit Shipment

	2014		2015		2015
?	Shipments	Market	Shipments	Market	YoY
?	(M units)	Share	(M units)	Share	Growth
Worldwide Total	312	7	285	7	-8.7%
Lenovo	59	19%	57	20%	-3.3%
HP	55	18%	53	19%	-4.6%
Dell	40	13%	39	14%	-3.1%
Apple	19	6.2%	22	7.8%	15%
ASUS	22	7.2%	21	7.3%	-7.4%
Others	115	37%	92	32%	-20%

Source:环旭电子整理, Mar. 2016

2015年公司在汽车电子类产品营业收入稳定。根据公司整理的资料,2014-2015汽车市场成长率约为1%,公司订单表现稳定。

Worldwide Light Vehicle Estimated Sales by Region (Units: Million)



Source:环旭电子整理, Mar. 2016

(四) 行业竞争格局和发展趋势

1、行业全球市场容量

公司整理专业市场调研机构2015年的报告显示,2015年全球电子制造服务收入将达到4,633亿美元,预计2019年全球电子制造服务收入可达到5,905亿美元以上,2014年到2019年年均复合增长率约为6.2%。

Source:环旭电子整理, Mar. 2016

全球电子产业,尤其是无线通信行业、消费类电子行业与计算机行业等高成长细分领域的EMS/ODM渗透率还有较大提升空间,未来几年仍将持续增长。

2、全球竞争格局及行业排名

以目前已公布最新的2014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	主营业务毛利率	主营业务净利润
年度		2014	14,13	2014	2014
1	鸿海	1,404	5.2%	6.9%	3.1%
2	和硕联合	340	5.9%	5.8%	1.9%
3	广达	307	3.1%	4.5%	2.1%
4	仁宝	279	19%	3.8%	0.9%
5	Flextronics	261	11%	5.5%	1.4%
6	纬创	197	-6.4%	5.3%	0.6%
7	Jabil Circuit, Inc.	158	-8.6%	6.5%	-0.01%
8	英业达	144	-7.7%	5.4%	1.5%
9	冠捷	117	-2.4%	8.5%	-0.05%
10	光宝	77	6.7%	12%	2.5%
19	环旭	26	12%	13%	4.4%
	行业平均	152	4.5%	5.9%	1.9%

Source:环旭电子整理, Mar. 2016

环旭电子2014年的营业收入较2013年成长11.22%,在全球排名维持在第十九位,但整体成长性远高于业界平均。

3、行业利润水平的变动趋势就毛利率分析,环旭电子2014年达到13%,净利润率达到4.4%,高于全球前十大合约制造商。

本公司产品毛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。

(五) 公司发展战略

1、行业发展趋势

(1)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,以超越全球合约制造成长速度为目标。

(2)可穿戴设备的快速兴起,将微小化系统模组推入发展的快车道

可穿戴设备是把多媒体、传感器和多功能微小化模组等技术嵌入人们的衣着或配件的设备,可支持手势和眼动操作等多种交互方式。它是应用穿戴技术对日常穿戴进行智能化设计、开发出可以穿戴的设备的总称,目前市场上的可穿戴设备已经有包括智能手环、智能手表、智能眼镜、球鞋、计步器、服装、耳机等多种不同产品形态。得益于全行业和学术界在过去二十年的不懈努力,各种各样的先进可穿戴产品和设备不断问世。目前,科技行业巨头和小型创业公司都进军了可穿戴技术市场,说明了这一市场的巨大潜力。

(3)智能终端热潮催生无线通信模组(WiFi)迅速普及,前景巨大

电子产品生态系统的成熟和应用程序的多样功能使人们对智能手机、平板电脑的性能需求越来越强,从最初的拍照、摄像功能到3G、WiFi、蓝牙等数据无线传输功能,再到用于GPS的导航功能和陀螺仪的方向、速度感知功能,智能终端的功能越来越强大和复杂。从2013年开始,4G已开始成为高端智能机的标配。NFC(近场通讯,用于移动支付、数据传输)及指纹识别功能也已经成熟并正在全面铺开,目前,更多更强的功能如照片色彩增强、体感控制等正在逐渐成熟且尝试加入手机,智能终端的功能不断加强。

无线通信模组(WiFi)从诞生至今,其应用领域已扩展至各类移动数码产品上,尤其是智能手机和平板电脑等设备。随着智能终端的功能不断强大,移动智能终端市场越发蓬勃,也将带动更多WiFi的应用需求。

(4)电子制造业分工及制造服务业的区位转移及集群效应

在全球经济一体化及电子制造专业化分工的格局下,随着国内电子制造服务的成熟度不断提升,以及全球电子制造服务业逐步向亚太特别是向中国大陆的转移,国内电子制造服务细分行业的增长速度远远超过电子制造整个行业的同期增长速度,这势必提高整个市场容量并带动该行业的快速成长。

随着全球电子制造行业逐步向亚太特别是向中国大陆的转移,电子产业集群效益在中国已逐步显现,与电子制造服务业配套的上下游供应链日趋成熟,从基础电子组件集中采购到研发设计配套的方案,以及支持全球物流配套服务等环节,均已经能够满足电子制造服务全球化的基础需求。

同时,我国综合国力的不断提升,投资环境的不断改善,人员素质的大大提高,以及拥有巨大市场空间等因素,加速推动我国成为世界电子产业的制造中心与消费中心。全球主要的电子品牌商纷纷进入我国,加上国内自主品牌的崛起,这大大有利于选址中国大陆的电子制造服务厂商未来的发展。

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生产管理能力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是成为电子制造服务商的较大障碍。

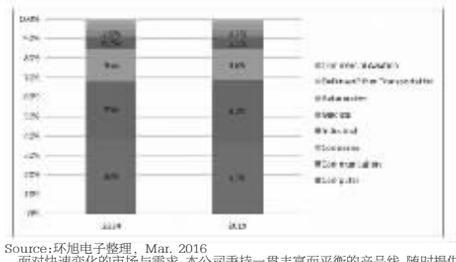
(5)资金投入的壁垒

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

据公司整理专业机构统计,计算机行业的合约制造收入,在2014年占有整体行业的39%,而无线通信行业占有29%,至于消费类电子行业则占有16%。

预计到2019年时,三个行业占有整体合约制造的比重基本不变,计算机行业约占37%,无线通信行业则小幅上升到32%,至于消费类电子行业则还是占有16%。三个行业将在2019年时占去全球合约制造市场的85%。



Source:环旭电子整理, Mar. 2016

面对快速变化的市场与需求,本公司秉持一贯丰富而平衡的产品线,随时提供国际大型品牌客户完整的产品,将市场竞争格局的影响因素降到最低。

4、面临的困难

(1)来自超大型制造服务商的竞争

一方面,超大型制造服务商在资金实力、生产规模、技术水平、供应链管理能力具有明显优势;另一方面,服务范围还在不断扩大,综合实力不断提高。加上品牌商对服务商从服务的深度与广度都提出了更高的要求,电子制造服务领域的竞争将会更加激烈。

(2)产品市场需求波动的影响

全球对消费电子产品的需求稳定成长。消费类电子产品作为本行业的重要服务领域之一,精确掌握其市场需求的方向及波动将为本行业的发展关键。

(3)人力成本持续上升的影响

电子制造服务行业属于劳动密集型行业,国内人力成本的持续上升将增加营业成本,进而对在国内设厂的电子制造服务企业业绩造成不利影响。

(六) 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。

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。

内部自然的业绩成长固然重要,公司也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。但公司经过此一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)车灯相关产品电路板;

(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及虚拟现实产品的应用,并持续进行制程改进;

(4)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著的固态硬盘;

(5)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

公司未来高端的制造基地的以上海为主,并以此扩充在华东地区的生产基地。上海厂区将以无线通讯模块、汽车电子产品以及微小化产品为主要生产基地,并且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。为了因应国内人员工资上涨的问题,为了应对政策上的变化,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,也利用自动化生产的流程,取代过去需要大量人工的制程环节,达到互惠的目的。

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,在提高工作效率、优化人力资源结构,并增加自动化生产。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,吸引更多人才加入,建设一支高素质、高水平的优秀团队,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,不断突破产品极限,为股东创造最大的价值。

(七) 可能面对的风险

下述风险因素是根据重要性原则和可能影响投资者决策的程度大小排序,但该排序并不表示风险因素依次发生。

1、宏观经济及电子产品行业的波动性风险

目前国内宏观经济增长趋缓,经济下行风险增大,宏观经济的波动将对电子产品行业产生直接影响,如2008年下半年至2009年上半年的全球金融危机,造成电子产品制造行业面临订单锐减,营业收入大幅下滑。另一方面,新技术升级和“重量级”新产品推向市场会刺激消费者购买相关电子产品的热情;政府部门刺激消费的优惠政策也会增加消费者的购买需求。因此,宏观经济及电子产品行业存在一定的波动性,直接影响公司的经营和盈利水平。

2、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,2014-2015年,公司前五大客户合计占营业收入比重分别为47.47%、51.06%,占比相对较高,如果公司所服务的国际大型品牌厂商未能根据市场和技术的发展,及时推出新产品或新产品销售未能达到预期的市场目标,将对整个供应链上的服务厂商造成不利影响。

3、竞争风险

全球电子产业知名品牌商针对市场需求不断进行产品创新和技术升级,带动整个供应链各个环节的产品创新和技术升级。公司作为供应链体系的设计制造服务厂商,能否跟上全球电子产业知名品牌商的产品创新和技术升级步伐,并提供高品质、规模化、快速响应的制造服务,及目标核心客户的产品是否能在市场上具备竞争力达到预期的销售量,都是能否取得稳定增长的订单及实现业务持续成长的关键。

公司所提供的电子设计制造服务在细分市场领域具备较强的竞争实力,但公司在总体营收规模方面与富士康等全球排名领先的制造服务商还存在一定差距,从而存在一定的竞争风险。

4、经营管理风险

(1)原材料价格波动风险

公司生产经营的主要原材料是IC、PCB、结构件及其他电子元器件,占公司营业成本的比重较大,绝大部分需要公司以进口方式采购。IC和PCB占公司采购总金额比重最大,国际市场上IC价格和PCB价格波动将对公司的经营业绩造成一定影响。

(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