

# 威贸电子打造电子组件领先“智”造商

2月9日,威贸电子向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市网上路演在中国证券报·中证网举行。威贸电子是一家集研发、生产、销售、服务于一体的电子行业专业制造企业,产品广泛应用于智能家电、新能源汽车等领域。

● 本报记者 倪铭



路演现场

## 竞争优势显著

问:公司的行业竞争地位如何?

答:公司深耕电子组件领域,已经发展成为国内规模较大的专注于电子线束和注塑集成件制造业企业之一。长期以来,公司紧抓市场机遇,通过自主研发积累了一批核心技术,并引进先进的生产设备,集成多种工序为客户提供一站式解决方案,与赛博集团、福维克、大众、奔驰等海外知名企业建立了稳定的业务合作关系。

问:公司产品有何优势?

答:公司顺应市场趋势,根据不同下游行业对功能的偏好,每年定期或不定期推陈出新,不断丰富产品的整体架构,可满足不同的市场需求。公司以技术创新为基础,从事多种高新技术及相关产品的研究、开发、生产和技术服务,不断提高产品的技术含量,提高产品市场竞争力,提高客户的信任度。公司产品主要面向下游知名客户,产品高度定制化,且集成化程度高,产品附加值高。公司产品覆盖智能家电、新能源汽车、工业自动化、高铁、大型印刷机、医疗设备等领域,主要客户为相关行业世界知名的领先制造商,包

括SEB、EBM等公司。

问:公司有哪些客户资源?

答:公司在电束组件和注塑集成件领域已形成成熟稳定的销售网络,产品得到客户的一致认可,终端客户覆盖奔驰、宝马、奥迪、玛莎拉蒂、大众、中国中车、徐工集团等知名公司,与赛博集团、日本寺岗等相关行业龙头企业建立了长期稳定的合作关系。在家电行业,公司是世界小家电巨头赛博集团的A级供应商,主要为其旗下Rowenta、Tefal、CALOR、Krupps、WMF等高端品牌提供电熨斗、咖啡机、食品料理机所用的注塑集成件和线束组件。在汽车行业,公司主要作为整车厂二级供应商,向IMI销售各类汽车线束,并通过其于2011年进入奥迪与宝马的供应商体系;2017年公司通过客户华域皮尔博格进入了大众供应商体系;2019年公司通过客户欧德亮(天津)进入了奔驰的供应商体系。公司通过逐步技术积累,得到越来越多的高端客户认可,合作项目不断增加,有能力打破外资企业对电束、注塑组件部分细分市场领域的垄断。

## 注重技术创新

问:公司有哪些核心技术?

答:公司是从从事电束组件及注塑集成件开发及应用的高新技术企业。通过多年自主研发积累,公司已掌握一系列电束组件和注塑电子集成件产品制造工艺,形成了端子压接技术、模具开发技术、注塑成型技术、自动化组装技术及组件化、集成化、模块化产品的研发设计及制造能力等核心技术,并取得发明专利1项、实用新型专利60项、软件著作权2项及多项非专利技术。公司依靠丰富的电束研发、制造经验,参照欧美高端车企的生产标准,参与了“电动汽车用高压大电流线束和连接器技术要求”国家标准(GB/T37133-2018)的起草工作,填补了该类产品国家标准空白,推动电束线束的标准制定与行业进步。公司产品研发设计紧密与客户联动,依据产品特性进行技术创新,满足客户产品快速更新迭代需求。公司在长期服务赛博集团、福维克、EBM等海外高端客户过程中,积累了300多个系列、3000多种型号产品的开发经验,能够快速响应客户的定制化需求,与客户同步开发,并长期进入海外高端客户的合格供应商名单。

问:公司研发有哪些特点?

答:公司的研发模式以原始创新为主,设立了工程技术部,主导研发工作。公司董事、副总经理总体负责研发工作。工程技术部针对不同产品的性能需

求,组建有针对性的产品研发小组,协同生产部、模具部、采购部、品管部等部门,共同配合完成产品研发。公司直接参与研发的技术人员50人。2020年公司获上海市经济和信息化委员会“专精特新”中小企业资格复核通过;公司“高可靠性传感器研发项目”被上海市青浦区科学技术委员会评为2020年度青浦区产学研合作发展资金项目;2020年4月,青浦区经济委员会、青浦区财政局同意公司通过区级企业技术中心复核。

问:请介绍一下公司的智能仓储与运输系统。

答:公司建立了立体化、全自动的智能仓储系统。通过全自动堆垛机,智能仓储系统大幅减少了仓库管理、存货出入库管理所需的人工数量,高效满足公司小批量多品种定制化生产的特点;利用条码识别及扫描系统对物料进行全生命周期管理,实现物料全流程可追溯、数据可管理;原材料、半成品、产成品的入库、出库实现全流程可追溯、条码签发化,自动实现先进先出,满足下游汽车行业客户及公司内部管理要求;打通了ERP生产管理与WMS智能仓储系统,将订单物料数据实时传输到智能仓库系统,完成自动物料分拣与备料。完成备料后,AGV小车根据系统指令将原材料快速精准地运送到全厂相应各个车间。

## 剑指全球市场

问:实施本次募投项目对公司有何影响?

答:募投项目的实施有利于扩大公司生产能力,满足日益增长的订单需求,为下游客户提供高速、高效、优质的服务;有利于提升公司生产智能化、自动化水平,逐步实现生产流程半自动化到全自动化的转变,有效控制人力成本,减少人为因素对产品稳定性的不利影响,降低原材料的损耗和能源消耗,提高产品质量及交付稳定性,进一步提升客户黏性与满意度;有利于拓宽公司业务领域,引进先进的生产设备及智能系统,提升智能化、柔性化生产水平,提高公司生产效率,降低废品率,更好地

满足产品多品种、多批量及产品定制化、个性化的生产需求,实现公司全球化战略目标。

问:新增产能有哪些?

答:公司新建厂房设计产能主要包括智能控制组件800万套/年、智能连接组件4600万套/年。老厂房设计产能为注塑集成件225万件/年、电束组件3900万件/年。新厂房设计产能中的智能连接组件与老厂房的电束组件为同一产品,因此电束组件设计产能提高18%。智能控制组件为注塑集成件加PCBA产品,其中注塑集成件600万套、PCBA200万套。注塑集成件设计产能增加166%,PCBA全部为新增产能。

## “数”读威贸电子

● 本报记者 倪铭

### ◆ 基本情况

威贸电子成立于1998年6月23日,注册资本为5733.10万元,法定代表人为周蒙良。注册地址为上海市青浦区练东路28号、38号。公司是一家集研发、生产、销售、服务于一体的电子信息行业配套产品专业制造企业。公司主要产品包括各类电束组件及注塑集成件,广泛应用于智能家电、工业自动化、POS机与计量衡器、新能源汽车/汽车、大型印刷机、高铁、医疗设备等领域。

### ◆ 本次发行情况

本次发行价格为9.00元/股,拟公开发行不超过2059.56万股社会公众股(未考虑超额配售选择权),不超过发行后股本总额的26.43%,拟募集资金总额约1.80亿元。网上申购日为2022年2月10日,申购简称为“威贸电子”,发行代码为“889889”。

### ◆ 高管、员工拟参与战略配售情况

本次战略配售发行数量为411.9130万股,占超额配售选择权行使前本次发行数量的20%。其中,发行人高管核心员工的员工持股计划参与战略配售的数量为60万股,占超额配售选择权行使前本次发行总量的2.91%。员工持股计划股份限售期为36个月,其余战略配售股份的限售期为6个月,限售期自本次公开发行的股票在北交所上市之日起开始计算。

### ◆ 财务数据

2018年-2020年及2021年上半年,公司资产总额分别为17443.07万元、20318.09万元、27462.58万元及29251.85万元;资产负债率(母公司)分别为17.19%、18.10%、35.09%及32.85%;营业收入分别为14403.65万元、15698.29万元、17231.67万元及10553.79万元;归母净利润分别为2841.12万元、3055.26万元、2942.04万元及1847.96万元;扣非归母净利润分别为2517.79万元、2824.24万元、2581.05万元及1796.64万元;同期经营活动产生的现金流量净额分别为3740.68万元、3129.74万元、2119.77万元及1137.72万元;研发

投入占营业收入比例分别为6.83%、5.44%、4.25%及4.33%;基本每股收益分别为0.50元、0.53元、0.51元、0.32元。

### ◆ 主营业务构成

2018年-2020年及2021年上半年,公司主要业务为电束组件、注塑集成件。

2018年,公司电束组件业务收入11402.44万元,注塑集成件收入为1983.87万元,其他业务收入为479.67万元。

2019年,公司电束组件业务收入10813.19万元,注塑集成件收入为3968.70万元,其他业务收入为373.95万元。

2020年,公司电束组件业务收入10540.09万元,注塑集成件收入为3472.57万元,其他业务收入为2387.07万元。

2021年上半年,公司电束组件业务收入4676.57万元,注塑集成件收入为2278.72万元,其他业务收入为1095.62万元。

### ◆ 募集资金主要用途

项目一:新建厂房项目及增加投资。本项目拟投入募集资金1.2亿元,其中建设工程投资/土建安装费3500万元,装修费3500万元,设备费4500万元,其他500万元。本项目建成后将有效提高公司生产水平与供货能力,以满足下游市场不断增长的需求,为下游客户提供高速、高效、高质量的服务,进一步提高公司综合竞争实力,巩固及提升公司的市场地位。

项目二:偿还银行借款。本项目拟投入募集资金3000万元。

项目三:补充流动资金。本项目拟投入募集资金3000万元,其中2000万元用于支付货款、1000万元用于支付员工工资。近年来,公司发展情况良好。随着新工厂陆续投产、产量逐步提升,公司营收规模预计将逐步扩大,应收账款和存货金额亦呈现快速增长态势,对公司流动资金形成了较大占用。因此,公司对营运资金的需求进一步增加,需要补充一定的流动资金。

### ◆ 专利与研发情况

截至本发行说明书签署日,发行人及子公司拥有专利61项,均为原始取得,其中发明专利1项、实用新型专利60项。



路演嘉宾正在与投资者进行交流。

## 三元生物董事长聂在建:赤藓糖醇代糖市场空间可观

● 本报记者 高佳星

2月10日,全球赤藓糖醇龙头三元生物正式登陆A股市场。三元生物董事长聂在建在接受中国证券报记者专访时表示,“公司赤藓糖醇年产能从2017年末的不超过1万吨,提升至2021年6月末的8.5万吨,逐步成长为全球赤藓糖醇行业产能最大、产量最大、市场占有率最高的龙头企业。我国赤藓糖醇对传统蔗糖的替代进入起步阶段,未来市场空间可观,预计2022年国内赤藓糖醇市场将高速增长。”

### 市场需求“井喷”

三元生物成立于2007年,深耕赤藓糖醇产品已十余年。近年来,国内消费者减糖、控糖意识提升,带动无糖饮料行业快速发展。赤藓糖醇凭借“天然”“零热量”等优势,成为众多无糖饮料的首选甜味剂。国内赤藓糖醇市场需求持续旺盛,产品供不应求。

在一线工作已有十余年的聂在建,谈起这两年赤藓糖醇的供需场景总结出三个字:太火了。“2021年2月,有客户和我们签订全年框架协议,一年1000吨-1500吨的量。这份合同签完还不到20天,又给我打电话,说之前定的量远远不够,需要一个月1500吨的量。有的客户一个月就购买了3000吨,半年不到我们给他供货了13000吨。这几年来赤藓糖醇需求呈井喷式增长。”

尤其是旺季夏季,赤藓糖醇供应更加紧张。聂在建介绍,最好的时候,赤藓糖醇价格一度翻倍。

赤藓糖醇价格暴涨,刺激了企业的生产积极性。但对于新进来的企业,至少需要2-3年才能在工艺、设备、管理团队等方面成熟。

“供需两旺的局面会持续多久很难说,但2022年-2023年旺季供应端仍会偏紧。”聂在建表示,“未来代糖市场空间大。以蔗糖为例,国内一年蔗糖消费量超过4000万吨,保守估计代糖产品占比约1%,就有40万-50万吨。未来小包赤藓糖醇进入家庭餐桌,年消费量将超过200万吨规模的味精市场。”

在聂在建看来,随着科技进步,其他功能糖会不断出现,比如阿洛酮糖、甜菊糖、罗汉果甜苷等。其中,阿洛酮糖有抑制血糖快速升高的功能。

# 200万吨

国内一年蔗糖消费量超过4000万吨,保守估计代糖产品占比约1%,达到40万-50万吨。未来小包赤藓糖醇进入家庭餐桌,年消费量将超过200万吨规模的味精市场。

### 客户阵容豪华

聂在建介绍,2019年以来,公司、诸城东晓、保龄宝等赤藓糖醇厂商先后实施产能扩张,丰原药业、玉星生物、浙江华康等新进入投资者则筹划或实施新建赤藓糖醇产能计划,赤藓糖醇成为当前甜味剂行业快速发展的重要品类。

根据沙利文研究数据,我国赤藓糖醇产量从2015年的1.8万吨增长到2019年的5.1万吨,年均复合增长率约30%,赤藓糖醇产值占国内甜味剂市场总产值的份额从2015年的4.0%增长到2019年的6.4%。

聂在建告诉记者,未来3-5年公司有望继续保持较快增长速度。“使用赤藓糖醇的国家和地区仍是少数,未来空间广阔。目前,全球赤藓糖醇供应不足,产能主要集中在国内。”

“作为蔗糖等传统添加糖的替代产品,消费者观念的转变是赤藓糖醇行业发展核心动力。虽然消费观念的培育是一个漫长过程,但当这种消费观念获得普遍认可时,行业会迅速成长。经过多年的健康食糖观念培育,赤藓糖醇等新型甜味剂产业已进入快速发展期。”聂在建表示。

根据招股书,三元生物的产品覆盖全球众多市场。截至2021年6月末,公司产能达到8.5万吨,2020年公司市场份额约占全国的一半以上。

公司的客户阵容豪华。公开资料显示,三元生物先后与莎罗雅、美国TTH、美国ADM、元气森林、可口可乐、百事可乐、农夫山泉等客户建立合作关系,公司产品除了直接应用于上述企业名下品牌,还通过经销商提供给Merisant、联合利华、达能等众多企业。2021年,元气森林为公司第一大客户。

2018年-2020年及2021年上半年末,公司营业收入分别为2.92亿元、4.77亿元、7.83亿元、7.87亿元,归母净利润分别为6808.85万元、1.36亿元、2.33亿元、2.43亿元。公司预计2021年实现营收15.74亿元-16.69亿元,同比增长100.69%-113.07%;预计归母净利润为4.93亿元-5.41亿元,同比增长111.96%-132.63%。

聂在建表示,公司抓住了赤藓糖醇行业发展的有利时机,及时扩大产能,丰富产品种类,营业收入保持快速增长势头,盈利能力不断增强。

公司此次募集资金将投资年产5万吨赤藓糖醇及技术中心项目,并补充流动资金。据了解,本次5万吨赤藓糖醇项目已提前投资建设,目前处于调试阶段。

### 打造功能糖知名品牌

聂在建告诉记者,公司的产能建设周期在7个月左右。根据以往经验,投产后基本满负荷生产。“公司所处的行业为生物发酵行业,没有统一的标准,涉及知识面广,转化率、发酵及提取等环节技术壁垒较高。”

新品研发方面,公司不断探索积极布局。“在推动赤藓糖醇生产快速发展的同时,积极投入资源研究新型甜味剂产品。报告期内,公司在有机赤藓糖醇、莱鲍迪苷产品、阿洛酮糖等方面进行了深入研发,取得了一些关键技术储备,为公司下一步新产品推出打下了坚实基础。其中,生产莱鲍迪苷产品技术方面公司已提交3项发明专利申请。”聂在建表示。

研发投入方面,2018年至2020年及2021年上半年,公司研发费用分别为1498.66万元、1944.89万元、3034.04万元和2857.50万元,研发投入占营业收入的比例分别为5.13%、4.08%、3.87%、3.63%。

聂在建告诉记者,未来公司将紧抓功能糖产业发展机遇,以市场需求为方向,以科技创新为动力,立足公司现有赤藓糖醇产品的基础和优势,扩大市场占有率,巩固市场领先地位,同时进一步开发具有市场竞争力的功能糖产品,不断满足消费者对绿色、健康、安全、经济产品的需求。始终坚持安全第一、质量第一、诚信第一的经营宗旨,推进企业又快又好发展。

“未来5年,公司计划进一步扩充赤藓糖醇产能,巩固公司在全球赤藓糖醇行业的优势地位;立足赤藓糖醇,积极推进与国内领先食品发酵科研机构合作,开发具有市场竞争力的新型功能糖产品;将公司产品打造成为功能糖行业全国知名品牌。”聂在建说。