

德赛电池矢志成为全球移动电源龙头企业

证券时报记者 周少杰 水菁
见习记者 徐然

过去三年,德赛电池(000049)逐步聚焦核心业务,调整产业结构,在具有明显优势的移动电源管理领域深耕,成功进入国际一线客户等消费电子客户供应链,成绩斐然。

2010~2012年,德赛电池销售额和净利润连续增长,主营业务收入从13.16亿元增长至31.95亿元,净利润从0.71亿元增长到1.44亿元,均实现了翻番。随之而来的,德赛电池股价三年涨幅高达6倍。

近日,在深交所组织的“践行中国梦·走进上市公司”活动中,德赛电池董秘游虹表示,公司将立足移动电源产业链,布局三大业务模块,矢志成为全球移动电源领域多个细分市场的龙头企业。

跟随高端客户同步成长

智能手机风靡全球,作为国际高端客户供应链上的中国制造企业也风生水起,德赛电池就是代表之一。

作为国际高端客户的核心供应商,德赛电池在智能手机电源管理领域拥有明显优势。”游虹在向投资者介绍公司业务情况时不无自豪。

其实,德赛电池早在2004年就已经是某国际高端客户的间接供应商。”德赛电池财务总监林军介绍,2004年主要给国际高端客户音乐播放器供应电源管理系统,一直合作到现在近10年,从未发生过质量纠纷。

谈及与国际高端客户的关系,林军称,过去德赛电池并不是某国际高端客户的正式供应商,而是通过与电芯厂合作,间接向他们供货。

据介绍,当时德赛电池主要通过跟全球电芯厂建立长期合作关系,从而达到间接向上述国际高端客户供货。

据了解,目前,德赛电池已经跟全球主要电芯厂都建立了长期合作关系,通过跟ATL(东莞新能源)、三星SDI、索尼、天津力神等电芯制造企业合作,主要服务于国际高端客户的高端系列产品。

不过,从去年四季度开始,我们正式成为某国际高端客户产业链的供应商。”林军介绍说,未来公司业务模式将发生变化。由原来的手机组装企业向ATL、三星、索尼等电芯生产企业下订单,然后上述电芯企业再向德赛电池下订单的方式,转变为德赛电池向电芯厂采购电芯,经德赛电池封装后直接供应给苹果等终端客户。

销售额会大幅增长,但销售毛利率将有所下降。”林军介绍说,这种合作模式的变化在财务上也将有所体现。

为了保持智能手机等小型电源管理系统及封装业务的稳定增长,继续保持原有业务的领先优势。”游虹预

测,按照高端手机目前的增长趋势,到2015年高端智能手机的出货量预计将超过3亿部,继续保持稳定增长,助力德赛电池在未来两三年获得稳定的业务增长。

拓展消费电子巨头

游虹介绍,鉴于终端客户中某国际高端客户市场份额较高,高客户集中度也存在风险。为此,公司近年来积极拓展其他手机产业链上的高端客户。

据介绍,2011年底,德赛电池扩大产能,控股子公司惠州电池厂房车间面积扩大1倍。产能的陆续释放,也保证了德赛电池逐步扩大三星等高端智能手机的收入占比,保持原有客户业务稳定增长的基础上实现客户多元化。

据了解,为配合韩国三星在越南设立的全球手机生产基地,德赛电池控股子公司惠州蓝微还在香港设立了香港蓝越,持股比例65%,再由香港蓝越在越南设立全资子公司,服务于三星。

未来的市场,我们也看到高速增长智能手机主要由几家做主导。”游虹说,在保持已经获得的原有市场优势的同时,将继续扩大其他高端客户的收入占比。”

聚焦主业带来蜕变

德赛电池成立于1999年,2004年实现借壳上市,但在2010年以前在资本市场上一直默默无闻。林军认为,过去德赛电池主业不集中,不能体现出优势。

据林军介绍,在2006年之前,手机市场是由封装企业直接对接手机厂商,2006年以后,不少零部件供应商绕过封装企业,直接到手机厂商。当时,德赛电池发展几个项目,每个项目都投入不少钱,后来因为公司资源和管理都遇到瓶颈,在2008年、2009年陆续关闭了一些企业,聚焦锂电池领域。

据介绍,目前德赛电池核心业务电源管理系统是2012年由封装业务培育并单独分离出来。目前,公司的封装业务是由惠州电池承接,电源管理系统业务则是由惠州蓝微承接。

到2013年,上市公司收入基本上反映在惠州电池和惠州蓝微两家公司收入。”林军表示,公司目前已经完成产业聚焦,核心业务优势明显。

很多投资者可能会问,为什么德赛电池跟某国际高端客户保持这么多年关系,且占份额比较高,公司的主要竞争核心优势是什么?”游虹介绍称,我们核心优势是系统性的,包括研发能力、制造水平、品质控制、不良率控制、产能弹性都是持续性的,尤其是品质保证。虽然国际上有不同的标准,我们现在已经达到国际最高的六西格玛的管理标准。比如说,100万个产品里面只有5个不良率,最好时候可以达到100万个里面只有2.5个不良率。”

封装业务,二是电源管理系统。其中,电源管理系统是2012年由封装业务培育单独分离出来。目前,公司的这两项业务,分别由两个公司承担:封装业务是由惠州电池,电源管理系统是蓝微电子承接。

近两年随着智能手机电池的精细化程度越来越高,对封装的水平 and 产品一致性要求也越来越高。每一块电池封装的净收入或者说封装费,包含材料、人工,利润并不会很高,所以封装这一块的利润并没有想象的那么高。

投资者:公司成为高端客户的正式供应商后,毛利率是否会下降?如何应对毛利率下降的问题?

林军:公司从去年第四季度开始成为了高端客户的正式供应商,



①董秘游虹回答投资者提问
②财务总监林军介绍动力电池业务
③董秘游虹向投资者介绍公司产品
④⑤德赛电池移动电源产品
⑥德赛动力电池产品
⑦德赛电池旗下电子烟产品
周少杰/摄 官兵/制图

德赛电池高管答投资者问——

发挥技术优势直面商业模式变化

证券时报记者 水菁 周少杰
见习记者 徐然

昨日上午,参加深交所“践行中国梦·走进上市公司”系列活动的40多位中小投资者走进了位于深圳科技园的德赛电池(000049)总部,与公司财务总监林军、董秘游虹进行了面对面交流,并围绕德赛电池的核心优势、发展战略等话题展开了热烈讨论。

投资者:公司主营业务收入增长很快,但净利润并不高。个人觉得,这个行业应该是利润率很高的行业,所以想了解一下公司成本和支出的情况。

林军:说明一下,我们没有做电芯这一业务。公司的业务分两部分,一是

实际上公司的商业模式发生了较大的变化。以前的模式是手机组装厂对东莞新能源、三星、索尼等电芯生产商下订单,然后这些电芯生产商再对德赛电池下订单。德赛电池的业务可能只包括保护板和封装费这一块,也可能包括少部分的元器件或者电池的销售,但是量上是比较少的。

但是去年第四季度开始销售收入同比增幅较大,因为公司已经成为正式供应商。根据预测,今年销售收入会增加不少,但是销售毛利率会更为下降。

国内的高科技企业只能是在制造、效率和自动化方面做更多努力,来实现收入的大幅增长,并以此来冲抵毛利率下降的问题。另外,公司也在发挥自身的技术优势,做附加值相对较高的新产品,这个也就是公司的“蓝海”战略。

投资者:公司以后会不会介入电芯业务?

林军:至少5年规划里面没有涉足电芯。主要是因为电芯是门槛很高的行业,属资金密集、人才密集、技术密集的行业。

投资者:能不能介绍一下公司的电动工具业务,该业务未来的战略目标是什么?

林军:2013年以前,公司的电动工具业务主要是技术积累,公司对此项业务培育了5年。这其中,也受到了宝时得产品质量事件的影响,最终公司与宝时得和解。

电动工具业务方面,公司未来的目标是占据10%以上的市场份额,这块业务是公司未来的增长点,但智能手机至少在这几年还是公司的主要业务。

德赛电池财务总监林军认为,目前公司单个产品能带来的效益正在减少,寻找新的增长点是必然选择。而平板电脑和电动工具电池是公司目前最为看好,并着力开拓的两个市场。

德赛电池:向新市场寻找增长点

未来最看好平板电脑和电动工具电池市场

见习记者 徐然
证券时报记者 周少杰 水菁

电子消费产品一旦进入成熟期,价格就会不断走低,这是必然趋势。过去1块电池板所产生的收入,现在需要1.5块甚至2块电池板才能实现。”在深交所举办的“践行中国梦·走进上市公司”活动中,德赛电池(000049)财务总监林军坦率地告诉各位投资者,单个产品能带来的效益正在减少,寻找新的增长点是公司的必然选择。

那么,德赛电池未来的增长点到底在哪儿?对此,林军表示,平板电脑和电动工具电池是公司未来最为看好并着力开拓的两个市场。

平板电脑:发扬优势

平板电脑电池的市场空间在未来几年还会快速发展。”德赛电池董秘游虹表示,随着消费者对移动电子产品性能、续航时间的要求不断提升,对锂电池容量要求也不断提升,电源管理系统复杂度会显著上升。另外,为适应轻薄化需求,锂聚合物电池市场快速增长,平板电脑电池将呈现快速发展的趋势。”

数据显示,近年来全球电脑的出货量已开始下滑;而随着新款便携电脑产品的推出,平板电脑的产量正在快速增长。

据市场研究公司IDC发布的《全球季度PC跟踪报告》,2012年第四季度全球PC出货量为8980万台,同比下滑6.4%,这是全球PC销量5年来的首次下滑;同期,全球平板电脑总出货量创下历史新高,达到5250万台,同比增长75.3%。

据林军介绍,德赛电池在Pad电池的市场上具有较大优势。一方面,从技术层面来看,Pad与智能手机的电池技术上不会有很大差异,只是原有的供应链、客户关系需要做相应的调整;另一方面,联想曾经推出过乐Pad,德赛曾经为其做过供应,所以有一定的技术积累。

林军告诉现场的投资者,Pad的电池部分此前主要是台资企业来做,例如苹果的iPad也是选择了台资企业。而现在,随着笔记本电脑、超级本的轻薄化,德赛电池正面临着新的机会。

以前圆柱形的电池被台湾公司给垄断了,他们有先发优势;当现在在做轻薄型电池的时候,我们就有后发优势了。”林军表示,公司在平板、笔记本电脑电池技术等领域都有了一定的积累,未来公司会考虑与国际一流客户在平板电池方面建立合作。但这个市场未来的规模,还需要进一步观察。”

电动工具:潜力巨大

2013年以前,公司在电动工具领域基本上处于技术储备阶段,前期一直在进行技术积累。”林军表示,在电动工具方面,公司进行了长期的准备。

据介绍,电动工具,包括室内的电工工具和室外的园林工具等多个品种。例如,室外草坪上的除草机、家里用的电动螺丝刀、充电式的家用吸尘器,都是常见的电动工具。电动工具出现于60年代,随着电池制造技术的发展,最早出现的是用镍镉电池作电源

的无电源电动工具,但因当时价格昂贵,发展较慢;到70年代中后期,电池价格降低,充电时间也逐渐缩短,这种电动工具开始在欧美、日本得到广泛使用。

据了解,德赛电池将电动工具业务服务对象定为两类,一是国内一流厂商,如宝时得、格力博等;二是国际一流厂商,如博世、百得、牧田等。德赛表示,根据公司以往与高端客户合作的经验,一旦成为国际一流厂商的供应商,将获得长期稳定的订单。

未来,电动工具市场蕴含着巨大的增长潜力。”游虹认为,随着电池式电动工具使用领域的不断扩大,尤其是电动园林工具的需求量快速增加,我国电动工具的出口销售量将会快速增长。”

据林军介绍,目前电动工具在国外使用较多,尤其是欧美国家。过去,国外使用的电动工具电池多数以镍铬和镍铅为主;但因为镍、铬和铅对环境的危害,2008年前后,欧盟曾计划要逐步替换,后因遇到金融危机,欧盟延缓了替换的过程,所以销售量还未打开。

电动工具的应用比较广,它反映的是多并串的大功率趋势。”林军如是说。

另外,德赛电池表示,在中型移动电源领域,除了电动工具以外,公司还将迎合行业发展趋势,开拓电动自行车用锂电池等新兴市场的电源管理业务。

热门概念:谨慎前行

在智能穿戴、新能源汽车等时下热门概念面前,德赛电池显得较为谨慎保守。

在被投资者问及在智能穿戴业务方面的进展时,公司表示“还没有看得很清楚。”据游虹介绍,穿戴式产品的电池属于小型移动电源,也是公司布局的产业链之一,但是穿戴式产品目前在上市公司业务份额占比还很小。

林军告诉记者,穿戴式产品的电池因为体积小,对电池保护板的要求更加细致,元器件会更加细微,贴装和检测的难度也会更大。在电池容量和耗电量方面,穿戴式产品耗电可能不会太高,所以不需要很大的容量来支撑它,现在的锂电池技术就可以满足需求。

而在新能源汽车方面,公司目前对该行业的短期发展表示谨慎乐观。德赛认为,新能源汽车发展速度低于预期,前景仍未明朗,且政府补贴依赖性过强,在短期内很难出现高速增长。

但德赛电池并不打算放弃对这一领域的关注。在新能源汽车方面,德赛电池将继续保持技术和市场优势,保持电动汽车等大型电源管理系统及封装业务的领先优势,保持行业龙头地位。

订单规模也是德赛电池不大举投入热门概念的重要原因。据林军介绍,由于公司体量较大,产能已达到几千万级,所以公司的订单数量保守估计每月都是几十万级的。林军称,如果是上百万的订单可能与公司的产能更为切合,几十万的订单公司也会考虑接触,这是公司与客户的双向选择。

“公司会考虑客户风险。”林军说,在国内和国外,公司都希望跟国际一流和国内一流的客户进行对接,这样公司在资产安全、应收账款和存货的质量等方面就会有一个相应的保障。”