

深圳市汇顶科技股份有限公司

2021 年度及 2022 一季度财报披露投资者交流会纪要

一、会议时间：2022 年 4 月 27 日上午 10:00-12:00

二、会议形式：电话会议

三、公司参会人：董事长兼CEO张帆先生、总裁胡煜华女士、CFO侯学理先生、董事会秘书王丽女士、品牌总监曹晖女士

四、本次说明会召开情况

深圳市汇顶科技股份有限公司（以下简称“公司”）投资者交流会于 2022 年 4 月 27 日通过电话会议方式召开。董事长兼 CEO 张帆先生、总裁胡煜华女士、CFO 侯学理先生、董事会秘书王丽女士、品牌总监曹晖女士参加了本次交流会，并就投资者、媒体关注的事项与参会人进行了交流与沟通。

参会人员：泓德基金管理有限公司、招商基金管理有限公司、北京润晖资产管理有限公司、广发证券股份有限公司、Morgan Stanley Taiwan Limited、狮城产业投资咨询（上海）有限公司、香港商野村国际证券有限公司、中信建投证券股份有限公司、大和国泰证券股份有限公司、惠升基金管理有限责任公司、兴全基金管理有限公司、国泰基金管理有限公司、博时基金管理有限公司、鲁信创业投资集团股份有限公司、中信建投证券股份有限公司、华创证券有限责任公司、上海弈慧投资管理有限公司、Point72 Hong Kong Limited、广发证券股份有限公司、中欧基金管理有限公司、中国证券报、CREDIT SUISSE (HONG KONG) LIMITED、复华投信资产管理(香港)有限公司、高盛（亚洲）有限责任公司、江苏瑞华投资控股集团有限公司、东方证券股份有限公司、汇丰前海证券有限责任公司、上海瓴仁私募基金管理合伙企业（有限合伙）、兴业证券股份有限公司、中信证券股份有限公司、长城证券股份有限公司、建信基金管理有限责任公司、淡水泉（北京）投资管理有限公司、易鑫安资产管理公司、高盛（亚洲）有限责任公司、兴业基金管理有限公司、海通证券股份有限公司、大成基金管理有限公司、广东谢诺辰阳私募证券投资基金管理有限公司、圆信永丰基金管理有限公司、重庆穿石投资有限公司、天风证券股份有限公司、中银国际证券股份有限公司、方圆基金管理（香港）有限公司、摩根大通证券（中国）有限公司、三江金桥（上海）投资管理有

限公司、花旗证券有限公司、香港方瀛研究与投资公司、深圳市睿德信投资集团有限公司、北京金百裕投资管理有限公司、上海光大证券资产管理有限公司、Bank of America Merrill Lynch、仁桥(北京)资产管理有限公司、MediaTek Inc.、Expecta Capital、招商证券股份有限公司等。

会议由董事会秘书王丽女士主持，交流会共分两个部分：

- (一) 管理层介绍公司 2021 年及 2022 年一季度经营情况及工作计划；
- (二) 互动交流环节。

(一) 管理层介绍公司 2021 年及 2022 年一季度经营情况及工作计划

1、 CFO 侯学理先生介绍公司 2021 年报及 2022 一季报财务情况

公司 2021 年实现营业收入 57.13 亿元，同比减少 9.74 亿元，下降 14.57%，2022 年一季度营业收入 8.74 亿元，同比减少 5.44 亿元，下降 38%。主要原因为，公司目前营收依然比较依赖少数产品和手机市场。当疫情和国外形势导致智能终端市场格局出现变化及市场竞争加剧，营收就受到较大影响，出现下降，但我们同时看到公司产品结构在向更加均衡的方向变化，2021 年指纹芯片占主营业务收入的 63.52%，较上年同期占比减少 12.08 个百分点；触控芯片占主营业务收入的 20.24%，较上年同期占比增加 4.13 个百分点，其他芯片占比升至 16.24%，同比增加 7.95 个百分点。同时，公司持续努力将客户群体和应用市场向更加广泛的空间拓展，降低单一市场和客户依赖的风险，应用市场从手机，逐渐拓展到 PC、可穿戴、IoT、汽车等新市场领域。也在积极开拓国际市场。2021 年海外营收持续增长，占比为 37.21%，同比增加 17.19 个百分点。

2021 年实现综合毛利率 48.19%，同比下降 4.08 个百分点；2022 年一季度毛利率 44.52%，较 2021 年同期减少 3.79 个百分点。主要是受供应链成本上涨，市场竞争加剧，产品组合等因素影响。在产业供应链不稳定、整体缺货严重的情况下，公司的供应稳中有进，客户交付没有遭受重大影响，同时也从与客户长期战略合作角度出发，进行产品价格的合理调整，与客户一起应对供应链成本增加带来的负面影响。

尽管遇到短期的外部市场和环境波动的挑战，公司坚持自主创新，持续高研发投入。2021 年总研发投入 19.82 亿元，同比增加 2.28 亿元，增长幅度为 13.01%，2022 年一季度研发投入为 4.35 亿元，较 2021 年同期 4.60 亿元减少

5.60%，主要为研发人员变动所致；公司坚持研发投入的主要原因是公司面向未来持续发展的战略布局，持续加大新技术研究和产品开发的投入力度，积极拓宽技术和市场覆盖面，为公司长期成长奠定坚实基础。

2021年发生销售费用3.41亿元，较2020年5.77亿元同比减少40.84%；2022年一季度发生销售费用0.47亿元，较2021年同期0.82亿元减少43.30%，主要为公司的产品和解决方案更为成熟，技术服务费减少；2021年管理费用为1.69亿元，较2020年1.30亿元同比增长30.80%；2022年一季度管理费用为0.58亿元，较2021年0.33亿元同比增加76.57%；主要系公司快速发展及国际化过程中不断引入高级管理及业务人才，使得管理与运营费用有所增加。

受收入下降，供应链成本上涨、市场竞争加剧、持续高研发投入等原因，公司2021年净利润为8.6亿，同比下降48%。2022年一季度净利润为-0.5亿。这是公司在面向未来可持续发展所进行的转型与升级过程中，叠加外部环境的影响，所遇到的短期挑战。但公司的基本面和核心能力没有改变，而且在不断得到巩固和加强。

经营活动现金流净额2021年为3.22亿元，较2020年同期12.12亿元同比减少73.44%；2022年一季度发生-2.27亿元，较2021年1.52亿元同比减少3.79亿元，主要为公司的营业收入减少，收到的货款减少所致；投资活动产生的现金流量净额2021年为-9.17亿元，2020年为-28.42亿元，差异原因主要为2020年支付恩智浦（VAS）、DCT并购款、战略投资等投资款较多；2022年一季度发生12.70亿元，2021年为-9.68亿元，差异原因为理财产品购买与收回进度不同所致；筹资活动产生的现金流净额2021年为-3.25亿元，2020年为2.44亿元，变动主要系公司回购股份以及偿还债务流出的现金增加所致；2022年一季度发生-4.52亿元，2021年同期1.90亿元，差异原因主要为公司回购股份支付的金额增加所致。

截至2022年3月31日，公司的货币资金及交易性金融资产合计37.2亿元，充沛的现金储备能够支持公司稳定的运营发展，为持续高研发投入保驾护航；公司的流动比率为4.27倍，资产负债率为18.95%，展现了公司良好的偿债能力和稳健的财务状况。

综上所述，虽然我们面临短期的困难和挑战，但今天的汇顶拥有清晰和坚定的发展战略，比以往任何时候，拥有更多优秀的人才；比以往任何时候拥有更

多的产品线和客户，也比以往任何时候拥有更为强大的研发和创新能力。

公司通过持续的研发投入，目前已拥有传感产品、触控产品、连接产品、音频产品、安全产品五大品类，2022年，公司将继续围绕“传感、计算、连接、安全”四个方向的核心技术，构建多样化的技术能力，形成更丰富、更多元化的产品线。

公司将从现有产品和客户需求的技术和市场延伸角度出发，制定新产品策略，在智能终端、IoT、汽车电子及其他新市场领域持续发力，开拓多元化目标市场的同时，拓展更多的应用场景。同时，公司将持续加大国际市场推广力度，积极拓展海外新客户，提高市场份额，实现公司全球化的重要布局。

我们相信，随着市场环境的恢复，新产品的逐步推出和量产，新客户和国际市场的进一步开拓，汇顶科技将会迎来业绩成长与稳步发展。

2、 董事长兼 CEO 张帆先生介绍公司整体运营情况

大家好！谢谢大家对汇顶的长期关注和支持！我很高兴利用这个一年一度的机会，向大家介绍我们的工作情况，以及我对公司现在情况的一些看法、观点和工作计划。

透过财务数据，大家已经看到了我们现在面临的一些困难。去年和今年 Q1 的销售业绩和盈利都在下降，而费用在上升，主要是研发费用大幅上升。这些数据背后的真实含义，对这些数据的解读，以及我们未来的工作目标和计划，我想跟大家作一些分享：

- 首先，一个基本的事实是，我们今天面临着困难。对这些困难，我自己有几个方面的理解：

(1) 任何公司的发展都不可能是一帆风顺的，自公司创立以来，这不是我们第一次遇到困难，我相信也可能不是最后一次。因为任何公司要追求前进和发展，都必须要去挑战更大的难度。而公司成长的本质就是不停解决新的问题、克服新的困难。在公司这些年发展历程中包括上市以来，我们遇到过很多困难和挑战，但每次我们都能够克服困难，并实现公司新的成长。之前在公司发展顺利的时候，我也跟大家交流过，就是长期战略的实施，在这个过程中一定有困难、挫折和失败，需要艰苦的努力。我们在顺境时不沾沾自喜，逆境时同样满怀信心，用长期战略指导我们

实现更大的发展目标。

(2) 从我个人经历来讲，这并不是我创立公司以来遇到的最大的困难。公司越小的时候，抗风险能力越弱。现在我们已经具备了比较强的抗风险能力。我和团队都有很强的信心，一起努力帮助公司重新回到新的高速发展轨道。

• 其次，目前我们面临的困难具体有哪些，我从两个方面来讲：

(1) 客观上：

- 1) 手机市场整体来讲不太好，消费者换机意愿下降，技术发展也没早年那么快。手机作为公司主要的营收来源，对我们营收的影响比较大。
- 2) 疫情对我们内部工作、客户交流，包括对整个市场和业务的开展，有比较大的影响，尤其是今年 Q1。
- 3) 去年包括现在，因为一些供应链产能问题，新产品上量的速度受到影响。
- 4) 行业泡沫导致人力成本大幅增加，这是整个行业都要面对的问题。

(2) 我们更多的是要分析公司现在实际的情况和困难：

- 1) 我们以往太依赖于单一的手机市场，公司从不到 100 人发展到现在的 2,000 人的规模，实际上还是小公司。所以前期的发展，没有能力分散做更多市场和产品，产品战略必须聚焦，主攻单一市场少数几个产品。上市以后我们就意识到问题，拼命投入新产品开发，横向扩展更多业务范围，但因为基础比较弱，就需要建立能力。这个过程中，我们选择了并购，比如并购音频业务对我们成长起到重要作用。但也有很多产品还是需要自己从头开始去做，尤其是没有基础的业务，花的时间就比较长。现在这个阶段是新产品和传统产品之间没有完全顺畅的衔接，虽然新产品逐渐产生贡献，营收占比在上升，但实际上销售的绝对业绩还不够，所以表现为费用在增加。
- 2) 我们的光学和电容指纹有很高的市占率，尤其光学指纹单价和毛利曾经都比较高，但是技术成熟和市场竞争等造成单价下降，对营收和利润贡献影响都很大，对整体营收的影响也蛮大。但我相信今后公司成长过程中，一定有更多创新产品能够投入批量生产，能够为客户创造价值，对我们营收起到新的增长作用。

- 第三，现在公司基本情况以及我对未来的看法：
 - (1) 公司基本面没有变化，我们有非常强大的能力投入新产品开发。Q1 报表虽然反映我们有短期困难，但我们对全年营收和健康的盈利有很强的信心。
 - (2) 公司的发展战略这几年始终贯彻执行：
 - 1) 一方面开发更多产品，一方面拓展更多客户和不同的市场。针对手机市场，我们和现有智能终端客户保持了比较好的合作关系，在此基础上，用更多的产品与客户建立更多的联系，帮助我们在移动终端市场实现业绩成长；我们现有很多技术和产品可以拓展到其他市场，比如触控和蓝牙，同时我们也在开发一些专门针对工业应用的产品。汽车或工业控制的市场拓展，过程和上量速度相对比较慢，我们必须有耐心，而且钱必须花在前面。
 - 2) 现在海外客户营收贡献已经占了相当的比重，这是我们多年来多元化客户战略的成果；而且跟国际客户的合作都是高端项目，这也是我们凭借领先技术成果为海外客户带来创新价值。我们从 2016 年上市以来开始大幅度增加研发投入，扩展我们的产品线、扩展不同的市场应用、扩展海外客户，就是为了避免今后长时间的对单一市场、少数产品的依赖。这个过程不简单，也不容易。我相信过去这么多年的投入和积累，我们已经越来越多看到了未来新增长的曙光。
 - (3) 我就新产品开发情况作一个介绍：
 - 1) 很高兴告诉大家，我们应用于智能终端的安全产品开发取得了突破性成绩。我们的第一代 eSE 产品通过了 CC EAL5+认证，第一代 NFC 产品也已经开发完成，通过了 NFC Forum 的认证，并且已经在与客户进行项目合作，今年都将投入量产。我们为什么要做这个项目？公司一直布局传感、计算、连接、安全，安全芯片和 NFC 都属于安全范畴，将推动数字移动终端上的安全新应用，比如数字身份证、数字货币，这些一方面要求有绝对可靠的安全性，另一方面要有非常好的用户体验。现在数字货币还不能支持线下应用，今后要上飞机、上高铁需要数字身份证，NFC 技术最能无缝衔接目前二代身份证读卡闸机装置，所以我们希望帮助消费者在日常的生活和出行中，享受到更加便

捷、更加安全的体验。接下来我们希望安全产品能够实现快速营收成长，创造更多与手机和移动终端客户的合作机会，帮助我们在移动终端领域实现业绩成长。另外，这一项技术还可以拓展到汽车市场。今天安全产品和 NFC 产品的面市和即将投入量产，让我们对未来发展更有信心。

- 2) 音频产品上，公司收购了恩智浦 VAS 业务后，音频产品的市场份额持续提升。公司今年除了将推出针对手机市场的新一代小功率音频功放以外，我们还在开发针对家庭音响的中大功率音频功放产品，包括针对汽车的产品也在开发之中。音频产品是我们重要的发展领域，现在已经有很好基础，团队也变得越来越强，市场份额越来越大。相信通过持续不断努力，未来还会有更大的发展空间。
- 3) 连接产品上，我们的 BLE 产品这两年高速成长，2021 年第一次突破了千万片出货，今年的销售还会呈现高速成长。蓝牙产品应用领域很广，我们已经用在电子价签上，但这些应用比较散，需要建立新的销售渠道、服务渠道，虽然业绩成长速度没有手机这么快，但我们做了非常重要的基础工作，营收每年以翻倍的速度成长，包括适用汽车规格的蓝牙产品也在规划和开发中，我对这项产品未来还是很有信心。蓝牙产品还有一个很重要应用就是可穿戴市场，我们的 TWS 蓝牙产品竞争力很强，但一些规格和客户要求的变化导致了量产延迟，今年投入量产的机会非常大；在智能手表市场，几个核心环节的技术包括心率传感器、蓝牙、eSE、NFC，我们具备了全面的技术和产品，可助力客户开发体积小、功耗低、成本便宜、具有全面竞争力的产品，目前还没有任何一个公司在手表上有我们这么多的产品，这个产品组合将帮助我们在手表市场、可穿戴市场构建更强大的竞争力。
- 4) 传统产品上，触控产品业绩在不断增加，技术持续领先。用于折叠屏手机的触控芯片已经在客户产品上量产面市，新一代产品也在开发中；车规级触控产品也呈现了高速成长。目前比较承压的业务是指纹产品，尤其是光学指纹。我们现在正在进行新的生物识别技术和产品的开发，相信不需要太长时间就会有新产品面市，为老产品线带来新的成长动力。

这么多年，我们在很多不同领域里面拓展，就需要组建团队，包括在海外。刚才提到现在整个行业泡沫很大，国内半导体人才资源变得很紧张。但从另外一个角度，我们多年来建立一个国际化研发团队，对于应对人力资源紧张很有帮助。

这些年在不停加大研发投入，牺牲了当期利润，要转化为最后的胜利果实，中间是有很多困难和挑战。如果不去做，短期内比较容易，但长期来看会遇到更大的瓶颈。所以我们选择的是一条长期发展的道路，我对这种战略方向充满了信心。

当然在具体执行上，产品越来越多，团队越来越分散，对我们管理上、执行上、对全球团队的协作以及拓展新的市场和客户，都提出了新的要求。所以我们这些年不断提升公司的管理和领导水平。从内部的组织架构、营销到产品开发流程，都在做相应的调整变革。

总体而言，我认为我们的方向包括执行的效果，都是正确的。当然我们还会有很多的困难，包括技术的不确定性、管理的复杂性。今天我们很乐意去面对这样的问题和挑战，通过克服挑战，锤炼出一个更强大的团队，提升我们更强的技术能力以及领导能力，帮助公司实现在更高层次上的可持续快速发展，我对此还是坚定不移。

不经历风雨怎么见彩虹。今天我依然对公司未来保持信心，也希望大家能够继续支持我们，我们也会用努力工作来回报大家的支持和信任，相信不久就能看到我们重新进入新的快速增长轨道。谢谢！

（二） 互动交流环节

Q1：今年手机市场比较疲软，消费者换机周期拉长，公司如何看待当前市场状况？

答：智能手机未来总体市场不会出现大幅度的成长，保持现有规模甚至可能略有下降都很正常。所以要在手机市场继续成长，公司不能再依赖单一产品，我们要在手机里面持续拓展更多的新产品应用，构筑更丰富、更多元化的产品品类。

除了智能手机领域，我们还有其他目标市场。未来十年汽车是一个新增长点，汽车就像是一个“大号手机”，有很多相通的需求，我们也在思考将现有技术升级应用到汽车电子领域，抓住更多机会。

面对不同的市场需求，我们必须齐头并进。如汽车、工业控制等，我们已经积累了很多技术，也正在开发更多的创新产品组合。谢谢！

Q2: 汇顶每年重金投入研发，请分享下投入的重点方向和重要进展？

答：我们重金投入，构建更强大的产品组合以抵抗市场风险；我们的“安全、传感、连接、计算”的基本战略不会变，也会根据实际的市场需求，调整相应的资源配置。这是一个长期的、持续执行的基本战略。谢谢！

Q3: 从战略上来讲，产品研究的优先级排序怎样？投入分配比怎样？

答：分配比会根据市场需求、产品需求不断变化。我们目前大部分的研发投入，都是在目前收入贡献较少甚至尚未产生收入贡献的新技术和新产品上。这也体现了我们对未来新产品、新技术、实现新成长的信心。谢谢！

Q4: 汇顶的业绩和股价表现有很强周期性，从公司策略来讲，长期来看，怎么摆脱周期性？短期上，非指纹和触控业务这两年的规划和目标是什么？

答：所有 IC 设计公司都会呈现出这种周期性，联发科董事长提出过“一代拳王”理论，很多公司靠一代产品成功，表现出是一个波峰，后面就没了。这是因为技术成熟了，但没有新的技术，就没有办法有新的成长。所以要摆脱周期性就要有更强的技术能力、更广泛的市场覆盖面，才能构建更稳健的长期成长。

我们对周期性早就有认识，公司也曾经历过几次波峰和波谷，现在是光学指纹技术慢慢变成熟，同时还没有更多有份量的新产品出来，导致公司业绩下滑。但是通过这几年持续投入，我们各方面的技术能力变强了，未来把握机会的能力也持续变强，现在已经有很多新机会在慢慢变为现实。这是包括我们在内几乎所有中国的 IC 设计公司都会面临的一个挑战，我们率先作出回应。我们的回应就是一定要往前走，一定要把当期利润转化成未来长期成长的动力，不断扩展新的业务、新的领域、新的市场。这个过程会很辛苦，但是我认为值得的，当能力和产品组合建立后，未来再抓新变化、新机会的时候，公司将会处在完全不同的能力层次上。今天的努力不仅仅要获得新的成长，我们还要获得一个不同层面的成长以及构建一个更为强大的技术基础，这是我们今天在做，也是为什么我们对未来有信心。谢谢！

Q5: 国内芯片行业对于人才的争夺日益激烈，能否介绍下公司国内人才梯队储备的情况？公司海外团队是否能够扮演更重要的研发角色，对海外研发未来的地位怎么看？

答：泡沫总会破。谁在浪潮退去的时候还有实力，谁就是最后的赢家，这个实力要体现在产品组合、创新能力等综合实力上，人才储备必须着眼于技术和业务的拓展来同时进行。我们很乐意去拥抱竞争、迎接挑战，我们也有信心成为最后的赢家。

我们是一家国际化运营和管理的公司，全球都是一个团队，不会去做具体的区分。全世界也有非常多成功案例，用国际化的团队支撑整个公司的运营。全球团队的建立以及提高执行效率，也是我们正在努力做的工作。具备这样的能力才可能成为一个优秀的公司。谢谢！

Q6: 公司在汽车电子领域的研发取得了哪些进展？产能规划如何？

答：汽车电子市场是汇顶非常重要的战略市场，它有巨大的潜力。随着汽车智能化、安全和节能的要求，每台车所用芯片的数量增长特别快，也给我们带来了许多新的机会：

1) 电动汽车的屏幕从之前的 1 个可能变成 5 个，包括后座、中控大屏等，汇顶触控芯片刚好适用在这个领域。公司 2021 年触控芯片出货量增长非常迅速，成功导入国产、合资品牌以及新能源品牌客户。尤其是新一代车规级触控芯片，具备支持大尺寸、优异抗扰和快速响应的特性，实现了从 7 到 30+ 英寸屏幕的全覆盖，并支持各种长宽比例的屏幕。所以我们会持续在车载触控领域开发更多产品支持客户需求。

2) 音频方面，公司在整车客户已经有了一些突破，音频算法非常有竞争力，尤其是在消除噪声、支持更好的语音识别，以及为语音通信带来更好的通话质量。

3) 汽车就像是一个“大号手机”，公司可以开发的产品越来越多，比如蓝牙芯片、NFC 都有计划加速推出车规级的产品，车载音频功放也在开发中，当这些产品陆续出来，公司会成为汽车电子领域比较有影响力的玩家。除了持续开发车规级产品，也会加强和 Tier 1 整机厂商的合作关系，这是公司一直努力的方向，并且取得了许多进展。谢谢！

Q7:公司如何看待现在的股价表现？接下来支撑股价回升的动力有哪些？

答：股价主要取决于大家对公司未来的信心，之所以会对公司价值产生分歧，是因为大家对未来的看法不同。信心不足的原因从表象上看，是当前营收下降，且主要贡献营收的仍是原有成熟产品。从投资者的角度，在看到具体的业绩和新产品的营收贡献以后，才会建立对公司的信心。就公司而言，今天做的所有工作都是围绕持续投入和加快重点新产品开发的这个目标，以期创造更多营收。虽然未来的变化受很多因素影响，但是我们坚持聚焦于技术创新、产品多元化策略和客户拓展，相信很快会让大家看到变化。谢谢！

Q8:请问公司 TWS SoC 产品的制程工艺？产品推出后，主打什么价位市场，有什么独特价值？

答：竞争主要在于能否为客户提供新的价值或者为客户节约成本。任何的产品都会有竞争，我们需不断完善产品的技术特点，为客户带来新的价值，同时在已有产品性能或功能上帮助客户创造新价值、降低成本。从芯片设计公司角度，更多是要利用设计能力来提升竞争力。工艺谁都可以用，关键是设计能否体现出差异化价值；其次，就芯片设计而言，产品的工艺制程越先进并不代表产品的竞争力就越强，工艺节点的选择有很多因素，公司会根据自身产品的实际情况来做相应安排。当然，我们还是要着眼于中高端市场，更能体现我们在技术上的优势。

公司的 TWS SoC 产品有两个独特价值：1. 具备业界领先的低功耗水平；2. 得益于公司的音频算法，产品的音频质量非常好。谢谢！

Q9:公司此前收购的德国 DCT 团队，目前整合情况如何，在车载方面有什么应用规划？

答：公司收购的德国 DCT 公司，目前已完成所有整合，并且非常顺利地融入了汇顶大家庭。DCT 团队具备优秀的图像信号处理（ISP）的研发技术，并且在超大规模系统级芯片（SoCs）、FPGA、嵌入式软件和系统等领域的技术都有很深的积累，使公司的数字芯片设计能力和图像算法的处理能力都有很大的提升。汇顶是一家芯片解决方案公司，我们不光提供 IC，还会为客户提供非常有竞争力的硬、软件一体化的解决方案。除了车载，DCT 团队能够帮助公司做很多不同产品线在图像处理、算法所需要的产品。谢谢！

Q10:公司的研发费用每个季度还是比较高，未来研发投入力度会否继续保持，还是会随着新品研发进展相应降低？

答：研发费用是面向未来的投入，要获得成长，这是一条必经之路。公司的研发投入未来会持续增加，但是增长幅度或许不会像以往那么大，并且不同阶段的增长幅度会有不同，公司会根据产品的实际开发情况对研发费用作调整。在现有阶段，公司要把开发的技术成果转化成为营收，同时对未来新的机会作评估和相应的投入。谢谢！

Q11:汇顶在 2021 年底推出的 ALS 光学传感器新产品用于小米旗舰机型，打破国际巨头的垄断格局，超市场预期，能否回顾这个产品的各个关键时间节点，以及未来展望？

答：公司的第一代光学传感器产品，从立项到客户商用量产，只用了 17 个月的时间，体现了汇顶的技术能力和拼搏精神。我们非常看好光学传感器的市场机会，因为还有很多客户需求。比如，窄边框甚至是无孔的全面屏，留给光感可使用的空间非常小；在弱光环境如何实现很好的性能；如何让屏幕色温有更好的、更灵敏的调节，让眼睛感觉更舒适等等，这些都是手机客户面临的痛点。公司的第一代产品已经商用，目前正在第二代产品的研发，第二代产品无论是在环境光、色温、接近感应方面，都将带来更好的性能优势。谢谢！

Q12:上游各种产品涨价，晶圆厂也明确表示今年在价格方面不会松动，能否从毛利率角度给一些定性指标？

答：每个行业都有周期，供需不平衡时会出现涨价或者降价的要求。公司在行业里的时间较长，跟每家合作厂家都建立了长期、信任的合作关系。目前代工厂有一些涨价，一方面，公司会通过提高自身的技术能力，从根本上提高产品的竞争力；另一方面，公司将凭借强大的供应链成本管控能力，减少产品成本的不利影响。基于跟客户长期战略合作考虑，我们并没有把涨价完全转嫁给客户，而是共同承担目前市场的情况。

我们对毛利率一直以来有比较高的要求，所以我们希望维持 50%左右的毛利率水平，这是我们长期坚持的目标，但有时候随着供应链的变化会有一些波动，我们认为是正常的。谢谢！

Q13: 汇顶一直在强调向物联网转型，从近半年看这个转型趋势确立了吗？为什么？

答：公司并不是向物联网方向转型，而是希望成为一家综合型 IC 方案提供商，基于“安全、传感、计算、连接”的技术，向更多市场、更多客户提供更多创新产品。物联网是我们非常重视的市场领域。去年我们有蛮多收获：

1) BLE 产品在可穿戴市场上成长非常快速，2021 全年出货量在产能受到限制的情况下较上年取得近 5 倍的增长，跨越出货超千万颗的里程碑，除了 BLE 还有健康传感器、NFC，这些新产品加入让我们在可穿戴市场上可以给客户提供更大的价值，所以公司会在可穿戴市场上持续发力。

2) 在工业物联网市场取得的突破：在电子价签市场，目前中国的电子价签覆盖率可能还不到 10%，从环保、节约人力和提高效率的角度，电子价签会是一个趋势和方向，具有非常广阔的市场。另外，在 EPOS、流量计抄表上也有很好的进展。

公司的产品具有低功耗、高可靠性、优异射频技术等优势，受到客户认可。另外，我们的 SDK 具有易用性的特点，客户不需要更多人力投入，从而节约成本、提高效率，我们正在加快上市进程。谢谢！

Q14: 今年整体市场的供给出现松动，公司如何看待？上海疫情对于供应链的扰动，对公司的影响如何？

答：疫情对公司的影响是可控的。我们在供应链布局方面做得比较均衡，上海疫情对公司的影响也是有限的。

去年业界产能比较紧张情况下，基于我们跟上下游供应商保持长期良好的合作，以及内部完善的供应链管理系统、预测系统，供应风险完全可控。这也是我们去年某些产品在行业供应紧张情况下还能够保持增长的原因。谢谢！

Q15: 从全球来看，触控市场产品价格有一些下降趋势，公司如何看待？尤其进入新的应用领域，现在市场竞争格局怎么样？

答：触控是公司经营最长时间的产品，已经耕耘了十几年，我们也积累了非常深厚的技术基础。我们非常看好触控产品发展前景，我们可以看到屏的应用越

来越多，手机、平板、PC、工业以及汽车上，所以我们在触控领域会持续的投入，目标是要提供给客户全覆盖的具有竞争力的产品和解决方案，并根据客户的需求提供相应的产品，不光提供 IC，也会提供模组产品。谢谢！

Q16:一季度公司存货增加的原因？客户芯片库存是怎样一个趋势？

答：首先，由于今年疫情的原因，未来的不确定性比较大。从整个全年来看，公司需要预备一些安全系数来应对未来的不确定性。第二，能存多少货取决于对存货价值的信心。我们的库存都有安全管理的期限，都处在安全管理的生命周期，从全年来看库存消化的管道有很多。

我们现在的库存实际上都是有针对性的，而且处在一个安全边界和健康范围之内。谢谢。

Q17:如何看待今年二三季度出货量以及价格变化？

答：今年的市场情况很复杂，很难做准确的判断。个人认为，在环境不好的时候，应该要看到积极的信息。虽然手机不会有像前几年的高速成长，但是在具体细分市场，技术和产品还是有新的机会。从公司来讲，需要做好各方面的准备。

综合来看，我对我们全年业绩还是有非常强的信心，应对具体的变化，我们最大的底气来自于还有很多新产品处于上市的阶段、处于跟客户合作的阶段。增长的本质还是要有新的技术、新的产品。谢谢！

Q18:汇顶的 NB-IoT 芯片去年已经推出，有什么差异化优势？汇顶有没有做 Cat. 1 的计划？

答：汇顶 NB-IoT 芯片差异化优势主要有三个：第一，配备 Open CPU，不需要额外配置的 MCU，为客户开发带来了便利和价值；第二，低功耗优势；第三，加密子系统，比如做水表、燃气表，对整个系统的信息保密非常有好处，同时这颗芯片也获得德国电信保密认证。

目前公司没有开发 Cat 1 产品的计划，我们希望现有产品在客户那里获得更多的市场份额。如果客户在合作中有新的需求，我们可以根据客户需求调整。谢谢！

Q19:公司健康检测芯片，比如心率产品去年出货量情况，以及根据在手订单展望 2022 年的收入贡献？

答：公司的健康传感器出货量持续增长，我们很自豪 2021 年同比增长达 3 倍以上，已打进全球腕式穿戴设备健康传感器前三名。凭借低功耗、高集成度等优势，集成心率、血氧、心电等检测功能，健康传感器今年还会持续成长，赢得更多客户。谢谢！

Q20:在 NFC 和安全产品方面，公司的竞争优势在哪里？

答：随着手机功能的增多，涉及到的安全管理需求也在变化。对于未来新的安全应用，竞争优势在于谁能够更快速地响应、更好地满足客户需求。例如数字货币，目前中国已经走在全世界前面，我们应该抓住这些新的应用机会从而帮助客户更快速、更好地落地解决方案，让用户有更好的体验。在任何领域都有竞争，而竞争最核心的还是技术。公司多年的技术积累，会让我们保持较强的竞争力。谢谢！

五、结束语

会后各位投资者如果有疑问可通过电话、邮件等方式与公司联系，再次感谢大家的关注和支持，谢谢！

深圳市汇顶科技股份有限公司

2022 年 4 月 28 日