

深圳市汇顶科技股份有限公司

2022 半年报披露投资者交流会纪要

一、会议时间：2022 年 8 月 30 日上午 10:00-11:00

二、会议形式：电话会议

三、公司参会人：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 8 月 30 日通过电话会议方式召开。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，并就投资者关注的事项与参会人进行了交流与沟通。

参会人员：招商基金管理有限公司、Morgan Stanley Taiwan Limited、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、华创证券有限责任公司、CREDIT SUISSE (HONG KONG) LIMITED、高盛（亚洲）有限责任公司、东方证券股份有限公司、国泰君安证券股份有限公司、中国国际金融股份有限公司、方正证券股份有限公司、Fidelity International、UG Investment Advisers LTD、创金合信基金管理有限公司、深圳创富兆业金融管理有限公司、Daiwa Capital Markets Hong Kong Limited、中银国际证券股份有限公司、Basis Asset Management Limited、国联证券股份有限公司、汇丰前海证券有限责任公司、中信证券股份有限公司、天风证券股份有限公司、摩根大通证券(中国)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）CFO 侯学理先生介绍公司 2022 上半年经营情况；
- （二）互动交流环节。

（一） CFO 侯学理先生介绍公司 2022 上半年经营情况

公司 2022 年上半年实现营业收入 18.29 亿元，较 2021 年上半年营业收入 29.10 亿元下降 37.1%，主要是受智能终端市场格局的变化和市场竞争加剧等因素的影响所致。虽然收入同比下降，但是，产品结构持续向更加均衡的方向变化，

指纹产品营收占比为 44.9%，触控产品营收占比为 31.8%，新产品营收占比为 23.3%。2022 年上半年综合毛利率 46.0%，较 2021 年同期 48.9%同比减少 2.9 个百分点，整体处于合理的波动区间。

2022 年上半年研发费用为 7.05 亿元，较 2021 年上半年 8.99 亿元同比减少 21.6%，主要系公司建立了对研发项目管理的体系和规范，按照产品的研发生命周期，对研发阶段进行详细和清晰的划分，同时按照会计准则对研发支出的核算做了相应的规范，对符合研发资本化的项目进行了资本化处理所致。

2022 年上半年发生销售费用 1.09 亿元，较 2021 年上半年 1.71 亿元同比减少 37%，主要由于收入下降，相应的技术服务费减少所致；2022 年上半年管理费用为 1.22 亿元，较 2021 年上半年 0.73 亿元同比增加 69%，主要系公司快速发展及国际化过程中，管理与运营费用的增加所致。

受智能终端市场格局的变化和市场竞争加剧等多方面影响，2022 年上半年营收减少，同时持续研发投入，2022 年上半年实现净利润 0.21 亿元，较 2021 年上半年 4.21 亿元同比减少 95%。虽然短期智能终端市场需求仍较为疲软，但公司依然着眼于长期发展，坚持投入新技术和新产品研发，不断推出新产品，向物联网和汽车领域持续发力。

经营活动现金流净额 2022 年上半年为-4.62 亿元，2021 年上半年 0.035 亿元，差异主要为公司正常备货，以及收到的货款减少所致；投资活动产生的现金流量净额 2022 年上半年为 7.23 亿元，2021 年上半年为-5.56 亿元，差异主要为投资支付的现金减少所致；筹资活动产生的现金流净额 2022 年上半年为-3.06 亿元，2021 年上半年-1.48 亿元，差异主要为借款的现金同比减少所致。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司总资产 103.87 亿元，净资产 84.55 亿元；流动比率为 3.89 倍，资产负债率 18.6%，处于正常和健康水平，具备良好的偿债能力，为公司长期发展保留充足的扩张实力。

回顾 2022 年上半年，受外部形势及市场竞争的不利影响，公司的业绩承压，但我们仍坚定不移的投入到未来新的产品布局上，逐步有新产品推出并实现量产，例如低功耗蓝牙产品，2022 年上半年出货量延续增长态势，车载触控芯片获得更多国内知名品牌客户的认可及商用。公司不仅在产品上大力布局，同时也在积极开拓海外市场，公司在海外的营收占比也逐年提升，未来公司会有更多新的产品推出，推动公司业绩成长。

(二) 互动交流环节

Q1. 请问汇顶在汽车电子领域的客户合作情况和未来展望？

答：汽车电子是公司的战略业务，目前已经取得一些非常大的进展。汽车可以看作是大号的智能移动终端，我们在手机上的创新产品，在汽车上同样有应用机会。我们的车载触控、语音算法、语音软件等产品持续开拓汽车市场，未来将有更多车规级产品陆续推出。虽然目前车载业务的营收占比还不是很高，但每年都在快速成长，营收占比也在逐年增加。

相比消费级产品，车规级产品在质量和安全上有更高的要求。我们需要对车规级产品的功能安全性开发有更深入的理解，为客户提供更高可靠性的产品；另外我们的优势还体现在稳定供货上，我们跟上下游合作伙伴建立了多年的信任，加上高强度的研发投入，我们有能力为客户提供稳定质量的产品，以及稳定供货的服务。

关于客户合作，现在我们除了与国内 Tier1，以及与屏厂在车载触控建立合作之外，还积极开拓更多新能源汽车厂商、海外 Tier1 以及汽车 OEM 厂商。今年下半年到明年，我们非常有信心能与更多、更有知名度的汽车领域厂商建立更深入的合作。未来，我们还将持续拓展车载业务的产品线，除了车载触控、触摸按键、音频软件之外，在音频功放上我们还将有更大突破。谢谢！

Q2. 请问公司毛利率趋势如何？

答：从公司层面，我们不会仅仅关注毛利率这单一指标，还有业务规模和其他方面的综合考量。公司上半年 46% 的综合毛利率处于一个正常范围内，毛利率下降主要是受宏观经济和智能终端市场变化的影响。但随着更多创新产品的量产商用，我们有信心持续提升公司毛利率。谢谢！

Q3. TWS 耳机 SoC 市场很大，能否介绍公司 TWS SoC 的工艺节点以及研发进展？目标客户是安卓厂商，还是更偏向白牌客户？

答：目前我们的产品还未量产商用，不太方便透露工艺节点。TWS SoC 因为尺寸所限和功耗要求，需要使用先进的工艺节点。同时我们相信，凭借我们工程师优秀的设计能力，能做出更优异性能、更具性价比、更具差异化价值的产品。

目前公司 TWS SoC 的样片都已经回来，并给终端客户送样，顺利的话，今年年底或者明年年初就会有量产客户的产品面市。相比目前业界的产品，我们的 TWS 产品的差异化价值体现在：一是超低功耗，这充分体现了汇顶研发团队的技术功底，采用我们接受的工艺节点，也能做出非常好的低功耗性能；另一个是音频质量得到很多客户认可，这是我们很大的差异化价值。虽然没有最早进入 TWS 市场，但我们非常有信心能够成为独树一帜的玩家。

我们的目标是品牌客户，当然我们也将致力于拓展更丰富的产品，覆盖更多更广的客户。谢谢！

Q4. 未来公司安全产品业务有可能放量的场景有哪些？如何看待安全芯片在手机市场的渗透？

答：我们对包括 NFC 在内的安全产品非常有信心。随着消费者对数据和隐私安全的意识越来越高，未来几年 NFC 预计会加速渗透安卓手机，这也是汇顶的机会。在手机领域，未来手机厂商可能会开发一些特别的安全性能，此外还有数字身份、数字货币，与国密算法有很大的关联，这也是汇顶的优势。

另一个是车载领域，数字车钥匙是非常大的市场，也是我们在车载领域拓展的重点应用。谢谢！

Q5. 请问在车载领域的安全芯片单价？

答：目前我们与手机客户有很多 NFC 产品的互动和进展，但是还没有在客户端尤其是在车载客户量产，不太方便透露。谢谢！

Q6. 能否介绍下 NB-IoT 进展？

答：公司 NB-IoT 产品有两个特点，一个是安全，一个是 OpenCPU。我们的方案集成了安全子系统和 MCU，从整体解决方案角度来讲，相比竞品在成本上更有竞争力。目前 GR8513 芯片已经量产，性能非常好，通讯性能非常稳定，同时还有超低功耗和安全子系统。

针对燃气表、水表等智能表计市场，不同的流量表所需的解决方案有不同之处，如果我们能够把安全方案和整合在 MCU 上的协议做得更完整，公司方案会得到更多客户青睐，我们对此非常有信心。但是水表、燃气表都是工业市场，相比

消费市场培育时间比较长，需要我们有更好的耐心。谢谢！

Q7. 公司过去几年研发投入强度没有降低，业务增长动力有承压，近期看到公司对业务线有一些梳理，请问后续公司的业务重心？对相应研发人员是如何考核的？

答：创新是汇顶的 DNA，公司一直追求用创新产品和技术为客户创造独特价值。过去几年持续相对高强度的研发投入，是希望能够通过扎扎实实的研究，在与客户持续的合作中了解真实的客户需求，提供有突破性的创新产品。目前业务增长遇到一些挑战，主要是由于宏观经济和手机市场的疲软，以及传统业务竞争加剧的影响。公司对业务线做了一些梳理，后续公司的业务重心具体为：

1) 指纹产品。公司指纹产品在生物识别领域保持领先地位，同时继续拓展新型生物识别技术，确保客户无论选择哪一种类型的生物识别技术，公司都能提供最合适的方案。

2) 触控产品。触控产品涵盖的领域会越来越广，有越来越多机械按键有可能被触控按键替代，公司的触控产品在人机交互领域做得很好，也将逐渐把自身优势拓展到车载及工业领域，比如支持大尺寸屏幕、多点触控，以及抗干扰性能更优的触控产品，可以提供给车载和工业客户。

3) 连接产品（IoT 领域）。公司的优势集中在可穿戴设备领域。公司在 IoT 领域每年都呈现快速成长，未来几年仍将保持高速的成长。虽然目前基数还不大，但现在做的工作是为了在可穿戴领域提供更多、更炫的产品。公司今年上半年发布了一款低功耗蓝牙产品 GR5526，获得非常好的市场反响。除了可穿戴设备之外，公司还会拓展工业类 IoT，包括电子价签、智能家居、各式各样的工业 IoT 应用。公司通过 BLE 产品将 IoT 应用做得更全面，让客户无论需要什么类型的产品，在汇顶都能找到非常合适的解决方案。

4) 安全产品（NFC+eSE）。汇顶的 eSE 安全产品已经获得金融科技产品认证，并斩获国际的 CC EAL5+高安全认证，这是国内第一款获得国际认证而且可以应用在移动设备的高端嵌入式安全芯片；且 NFC 芯片也获得 NFC Forum 认证，可以支持各种物联网和移动设备的非接触应用。目前公司方案已经与一些非常知名的客户合作，预计今年 NFC 产品会有更多惊喜。

5) 汽车领域相关产品。刚才已经分享，不再赘述。

6) 音频产品。公司的 Smart PA 去年开始不断赢得市场份额，今年推出了更多新的产品，一个是手机应用的 Smart PA，另外一个是在拓宽音频产品线，即从低压做到中压，以后做到高压，然后布局车载应用，把音频产品做得更加完整。让汇顶成为不仅在产品上，而且在应用都更加多元化的公司，让客户有更多选择。

除此之外，公司会进一步拓展传感产品的广度和深度，包括光线传感器、健康传感器、交互式传感器等。

公司对于研发人员有非常清晰的考核指标和完善的考核制度，总的要求是按质按量完成产品交付、技术交付，同时基于不同的研发岗位设置不同的考核目标。
谢谢！

Q8. 请问公司目前的人员流动率如何？社招、校招的计划以及研发人员的构成？

答：过去几年半导体行业火热，人员流动率也相对偏高。汇顶作为芯片设计龙头企业，起步非常早，加上格外注重研发，培养了非常多优秀的研发人员。同时，为了吸引和保留优秀人才，公司不仅采取了多种激励方式和人才培养措施，也为员工提供了施展才华的舞台。

公司 90% 的人员都是研发人员，同时每年都有校招和社招的计划，相互补充。我们每年都在持续不断地校招，校招是非常有效的人才培养方式，公司很多优秀的研发人员和主管都是校招加入，然后被公司培养出来。另一方面，公司也在持续吸引外部的优秀人才加入，尤其是关键岗位不断有新的需求时。谢谢！

Q9. 收入按下游应用拆分，非手机的营收贡献情况如何？

答：公司的战略是实现多元化，包括产品多元化和市场多元化。虽然目前公司的主要营收还是来自于智能手机市场，但非手机市场的营收占比每年都在提升，从之前的 10%+ 发展至现在的 20%+。随着公司在车载、工业、IoT 领域不断深入，包括触控产品在工业领域的渗透，公司在非手机领域的营收占比会进一步提升。
谢谢！

Q10. 公司二季度存货的结构？低端和高端产品的比例？在三季度或者年度

是否存在减值风险，下半年产品是否有降价趋势？公司库存何时回到正常水位？

答：今年尤其是二季度，整个行业下行的趋势非常大，从终端客户开始，库存水位都是提高的，公司的库存也比之前要多，但是公司有非常好的库存管理，也有安全管理的机制。所以公司有信心能够持续把库存水位降低，尽快回到一个正常的水平。目前消化库存是公司比较重要的工作重点之一，未来市场需求的不确定性仍比较大，所以公司一方面会积极努力降低库存；另一方面，根据存货情况减少一些生产计划的订单。同时，跟上下游伙伴一起优化成本结构，让公司的竞争力更加突显。由于未来市场需求的不确定性，对于公司的存货何时点回到正常水平，现在很难给出比较清晰的答案，但公司有信心、有实力把库存控制在公司能够承受的范围之内。谢谢！

Q11. 公司成本端的结构？下半年有多大优化空间？

答：像我们 Fabless 的设计公司，方方面面的成本都要考虑，比如采购成本、运营成本、人员成本等，在大环境和手机市场需求存在很大不确定性的时候，公司需要更严格控制每一个方面的成本。公司有一套非常严谨的成本管理体系，同时公司也会在研发能力上有所作为，设计推出在成本结构上有更大竞争力的产品。谢谢！

Q12. 目前从全球来看，公司如何看待触控市场价格持续下跌的压力？今年触控芯片会有增量吗？大概能做多少量级？里面有多少来源于汽车市场？

答：所有的产品在不同时间段都会有价格的压力。因为产品价格取决于它自身的价值，当然也取决于市场供求关系。

虽然今年上半年整个大环境都不太好，但是我们的触控业务还是保持了逆势增长的态势，营收占比也在提高。目前来源于汽车的贡献还不算特别多，营收占比还比较小，但是随着未来车载 OLED 屏幕的渗透率不断提升，在多屏化+大屏化趋势的带动下，车载触控芯片还有一定的成长空间。谢谢！

去年触控产品比较缺货的，我们前期没有对客户有非常大幅的涨价，所以现在也不会非常激进地去做下调的需求。今年公司会推出更多具有竞争力的触控产品，通过推陈出新来应对目前的竞争，保持良好的毛利率水平和竞争优势。谢谢！

Q13. 去年和今年上半年，触控业务中触摸屏和触控板收入的占比是怎样的？

答：触摸屏和触控板是我们触控业务中不同的板块。触摸屏产品的应用场景较为广泛，主要用于智能手机、平板、笔记本电脑、智能家居等应用场景，而触控板产品主要用于笔记本电脑。其实从去年开始公司的触控板业务成长非常快，目前营收占比还不算特别大，我们希望无论触摸屏还是触控板业务都能有更大幅度的增长。谢谢！

Q14. 公司蓝牙芯片在智能家居应用上的规划是什么？有无新客户或者看到起量比较快的应用场景？

答：我们蓝牙解决方案除了在可穿戴设备应用之外，正在布局新一代的产品，其中一个重要应用场景就是智能家居。公司蓝牙产品已广泛商用于智能手表/手环、ESL（电子货架标签）、主动笔、办公及游戏外设等各类智能产品。我们还将不断拓展新的应用，最近推出的新应用包括了智能寻物标签，比如和全球化 IoT 开发平台服务商涂鸦智能基于 GR551x 系列低功耗蓝牙 SoC，共同打造了支持苹果生态的 Smart Tag 防丢器解决方案；还有和国内知名客户合作的 Tag 防丢精灵产品等。谢谢！

Q15. 今年公司 Smart PA 在海外客户以及平板领域带来了新的增长，考虑到国内厂商在这个领域的份额已经很高，请问公司如何看待该品类后续的成长动能？

答：首先，汇顶不算是这个市场新的玩家，因为 Smart PA 的发明者是 NXP，而汇顶收购了 NXP 的 VAS 业务，所以我们的技术沉淀和积累在业界是最好的，深厚的技术实力有利于我们开发出更多、更有竞争力的产品。

其次，目前汇顶 Smart PA 的市场份额很不错，但其实我们还不太满意。我们会继续聚焦于推出更差异化的产品：功率更大，更好地释放出扬声器性能，包括在软件支持方面为客户提供更好的解决方案，这些还有很大的提升空间。

最后，不同的产品需求也不一样。例如手机，影像和音频是非常重要的用户体验；折叠屏也会是一个趋势，但其对 Smart PA 的要求和需求的数量会不一样，我们需要思考提供怎样的解决方案才能让用户体验变得更好。未来，公司将持续

拓展全球客户，同时对产品做更广阔的延伸，从支持手机的低功率，延伸至更高功率，可支持智能音箱、电视、专业音响和车载音响，我们会从纵向、横向两个角度把我们产品做到最好。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9月1日