

普源精电科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-004

<p>投资者关系 活动类别</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/>分析师会议 <input type="checkbox"/>媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/>业绩说明会 <input type="checkbox"/>新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/>路演活动 <input checked="" type="checkbox"/>现场参观 <input type="checkbox"/>其他（请文字说明其他活动内容）</p>
<p>参与单位名称及 人员姓名</p>	<p>现场交流： 留仁资产、中金公司、国联安基金、安信证券、Q fund、LMR、Kapitalo Investimentos、美银证券、易方达、景顺长城基金、朱雀基金、鼎峰资产、群益投信、翀云私募基金、源乘钟资本、3W 资产、国君自营、Willing 资产、中信聚信、国金机械、广发基金、金鹰基金、汐泰投资、广发自营、申万机械、AEZ Capital、AIA Investment Management、Aberdeen、Apeiron Capital、工银瑞信基金管理有限公司、新华基金管理股份有限公司、新华资产管理股份有限公司、Barings、Bowen Capital、Boyu Capital、Dawn Capital、Elephas Global Fund、Fosun Asset Management、Harvest Global Investments、Manulife、Millennium、PinPoint Asset Management、Prudence、Qian he、Quarktek Global、Rabbit Fund、上海君犀投资管理有限公司、国投瑞银基金管理有限公司、平安资产管理有限责任公司、高毅资产、大成基金管理有限公司、平安基金管理有限公司、泽源资产管理有限公司、深圳市善道投资管理有限公司、紫金矿业集团资本投资有限公司、Sequoia Capital、Simplicity Capital、Sky bound、Strategic Vision Investment、Tai kang、Neuberger</p>

	<p>Berman、JFASSET MANAGEMENT (TAIWAN) LTD、Yuanhao Greater China Fund、ELEPHAS GLOBAL MASTER FUND、TTINTERNATIONAL、海通计算机、东财证券、平安基金、兴全基金、鞍钢资本东北证券自营、东吴证券自营、穿石投资、国元证券、财通自营、朴道资产、广银理财、西部证券、混沌投资、红杉资本</p> <p>线上交流：</p> <p>平安基金、申万机械、泰康香港、人保资产、三星资产运用、嘉实基金、长江机械、朱雀投资、WT、时代资管、淡水泉、国联安基金管理有限公司、上海勤辰私募基金管理合伙企业、北京志开投资管理有限公司、中银基金管理有限公司、北京源乐晟资产管理有限公司、上海明河投资管理有限公司、长城财富保险资管、汇添富、富安达基金管理有限公司、兴证全球基金管理有限公司、中金资管、华夏久盈基金、上海复需投资、民生通信、红杉资本、中金公司</p> <p>参加 2023 年 5 月 15 日 2022 年度半导体行业专场集体业绩说明会的网络参会者</p>
时间	2023 年 4 月 15 日-2023 年 5 月 19 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	<p>董事会秘书&首席战略官 程建川</p> <p>证券事务代表 刘昊天</p> <p>董事会办公室 吕妮娜</p>
投资者关系活动主要内容介绍	
<p>Q：公司的新产品什么时候发布？</p> <p>A：公司本年度已经发布了 MS08000A 升级款数字示波器新品，其余全新产品将陆续按计划发布。公司研发采用集成产品开发流程（IPD），对于新产品的发布</p>	

有明确的标准定义，通常发布后可以接单并按照指定交期进行交付。

Q: 公司原 8bit 的经济型产品在未来还会存续大概多长时间？

A: 我们认为在经济型数字示波器市场，12bit 新产品对于 8bit 老产品的替代会持续至少约 1-2 年。2022 年公司 1GHz 及以下的数字示波器（不含 12bit 新品）销售约 2 个亿。我们的目标是近些年通过 12bit 新产品将经济型数字示波器的市占率提升至少一倍以上。

Q: 公司之前的亏损是什么原因造成的？

A: 所谓的亏损是由于公司上市前的员工持股计划产生的股份支付费用导致的，该费用为纯财务处理产生，对于公司运营和现金流不会产生影响。2023 年公司开展了新的股权激励计划，但合并后整体的股份支付费用预计较去年将下降超过 65%。总体来看，近些年若扣除股份支付费用，公司始终保持较高盈利水平且近几年盈利能力逐年显著提升。

Q: 请教一下 5GHz 带宽数字宽示波器的市场规模大概是多大？

A: 目前没有关于该特定带宽市场空间的权威报告，我们预估 5GHz 产品（可以向下兼容 4GHz 及 2GHz 等频段）市场空间超过 10 个亿，此端产品会初步覆盖一些标准的一致性分析，如 USB2.0 和千兆以太网。未来公司的 10GHz 以上的高端数字示波器产品能够覆盖更多的协议和标准测试，并可以广泛应用于高速接口测试，如 USB、PCI Express、HDMI、MIPI、Ethernet、DisplayPort、Thunderbolt 等一致性分析，也会包含 DDR、SATA、SFP+ 等物理层测试，应用领域全面扩展，对于公司在通信、消费类电子、半导体等行业应用会有显著的提升。

Q: 从公司的产品布局来看，今年或者未来几年是怎样规划的？

A: 2023 年我们将会持续利用自研核心技术平台，实现公司差异化发展优势。在数字示波器产品线，将在高带宽及高分辨率两个方面进行重点突破与布局。我们将会推出 10GHz 以上的高端产品，10GHz 也是业界公认的高端数字示波器国际标准的带宽起点，将会使公司在国产品牌率先进入国际高端序列。在高分辨率数

字示波器方面，公司将通过先进的自研平台向上突破，向下沉淀，通过多元化的且极具全球竞争力的产品矩阵来获取最大化的商业回报。

在微波射频产品线上，下一代产品将具备显著的国产品牌领先优势。公司目前正在陆续解决核心关键技术，有很多器件需要自主开发解决，以获得有真正市场竞争力的指标和性能，并建立差异化优势和技术壁垒。能够实现真正的自主可控，是国产替代的核心，也是我们科创板公司的责任所在。公司微波射频类产品往高端发展，需要底层的关键技术和器件突破，并降低成本，提升产品一致性，满足批量化生产要求。公司未来新品的研发工作在有序推进中，发布后将会给公司带来显著的商业回报。

Q：公司一直强调“差异化”竞争优势，请问如何理解所谓的“差异化”竞争优势？

A：原始创新是我们的本质，“Make Difference”是我们的外延表现。一旦有差异化，就会在高端舞台上拥有各自粉丝，拥有各自更擅长的领域和更好产品的覆盖。产品力的竞争是强势的，产品力一定程度上代表了公司的高端和价值，所以通常不打价格战。但如果是做低端产品，是“拿来主义”，用的都是通用方案，大家都共用一套技术，那就意味着一定会打价格战，难以支撑行业真正的战略发展需要。类比于搭积木，当公司掌握积木的底层设计能力时，就能够随心所欲定制出异形且多元的积木类型，这种定制积木难以被模仿，具有很高的差异化壁垒；而如果不自主掌握积木设计能力，则只能采用市场上标准且有限的积木造型，最终的产出势必是同质化的，创新有限，难免红海竞争。

创新带来的差异化是一个底层逻辑，不仅仅体现在产品和技术层面，还包括从观念、理论、系统到行动的创造革新与进步发展的过程。创新无处不在，从战略、商业模式、组织，观念、标准、业务流程、工艺流程、供应链管理、财务核算、客户服务到系统平台等的创新，都是公司的创新舞台和机遇。

Q：请问一下公司今年对于海外市场的展望是怎样的？

A：2022年，公司海外营收占比43%，除在北美、欧洲、日韩及新加坡进行子公司布局外，公司在印度、越南、马来西亚及巴西陆续新建营销代表处。截止

2022 年底，公司已建立 200+经销渠道、覆盖 90+国家和地区、海外员工 42 人，海外新兴市场 2022 年同比增长 89.11%。

2023 年，公司对海外市场持积极态度。公司将进一步加强重点区域市场和潜在目标市场覆盖，推行“全球化+本地化”的战略部署。在欧美日等发达国家及地区进一步国家经理及直销力量，在东南亚、南亚、南美新兴经济体进一步完善子公司或营销代表处建设，通过全球化及本地化员工部署，围绕市场、技术、服务等方面为客户创造价值，促进销售额在全球范围内的长期持续增长。

Q: 格局上来讲，现在整个行业的价格竞争还会比较激烈吗？

A: 全球数字示波器市场格局基本的分水岭是自研核心技术平台，性能和功能的差异化相对是弱竞争，而同质化是强竞争。全球前五大数字示波器公司均拥有显著的自研技术壁垒，从器件、硬件、软件、算法都有差异化布局。

在相对同质化的经济型市场，由于技术本底的趋同性，难免陷入激烈的红海价格竞争，带来的现象是量升价跌，毛利率不断下滑，市场发展停滞不前。公司的思路是通过 12bit 自研核心技术平台进行技术下沉，在此端市场达到国内领先的技术优势、壁垒优势和成本优势，进一步扩大经济型市场的市占率，并同步提升毛利率。

Q: 公司目前费用率较高的原因是什么？

A: 首先，研发费用是公司未来的投资。全球行业标杆的研发费用率在 18% 左右，公司目前正在进行更高性能和更多元化的自研核心技术平台和高端电子测量仪器产品的研发，并积极引进和培养研发技术人才队伍，围绕人才在哪里，研发中心就布局在哪里的理念，公司今年将新建上海临港和西安高新两个研发中心，形成对现有苏州和北京两个研发中心的战略补充。公司目前尚处于高投入、高成长阶段，未来的研发费用率会保持一定范围内的平稳。

其次，在公司数字化转型的发展期，公司在管理方面投入较大，如各种管理系统、业务系统较多，信息化程度高，并全面实施数字化经营战略，为公司未来可持续、高质量发展做准备。公司认为从技术向管理转变的过程中会面临一系列挑战，深刻理解管理体系架构搭建的重要性。公司目前初步已经取得了卓越的管

理体系建设成果，获得苏州市质量奖，符合 GB19580 卓越绩效评价准则要求。普源精电数字化管理实践案例被收录《管理蓝皮书：中国管理发展报告（2021）》，未来的管理费用率会呈现下降趋势。

最后，公司销售费用率较高的原因有两点，其一是因为公司高端产品的销售需要品牌营销和地面推广，触达客户并提供样机试用验证评估和综合测试解决方案；其二是公司全球化品牌建设工程，加强了自有品牌（RIGOL）推广和 B2B 数字营销方面的投入。除在北美、欧洲、日韩及新加坡进行子公司布局外，公司在印度、越南、马来西亚及巴西陆续新建营销代表处。截止 2022 年底，公司已建立 200+经销渠道、覆盖 90+国家和地区、海外员工 42 人。公司将进一步加强重点区域市场和潜在目标市场覆盖，推行“全球化+本地化”的战略部署，围绕市场、技术、服务等方面为客户创造价值，促进销售额在全球范围内的长期持续增长。未来的销售费用率会随着规模效应而逐步稀释。

Q：一般新品发布到放量是不是都得需要一两年？

A：任何新品都需要接受市场的检验，不是所有的新品都会取得商业的预期成功，新品爬坡过程就是市场检验的过程。公司认为，周期需要区分产品价值定位和客户市场基础。在原有优势产品或市场领域推出的新品，爬坡周期通常在 1-2 年；在更高端或新兴市场领域推出的新品，爬坡周期通常需要 3-5 年。

以公司 5GHz 带宽数字示波器为例，该产品发布于 2020 年 10 月 28 号，在 2021 年开始爬坡并产生一定的销售收入，但主要以市场推广和客户试用为主，是一个播种期，公司 5GHz 带宽旗舰级数字示波器 DS70000 系列 2022 年同比增长 521.84%，进入了快速收获期。以公司 2GHz 带宽数字示波器 MS08000/R 系列为例，2022 年同比增长 50.21%，自发布以来连续三年均保持高速增长，也同样符合此逻辑。这说明公司产品力得到了客户的广泛认同，也是公司技术实力的充分展现。

Q：能否介绍一下公司的直销体系？

A：直销布局与公司高端产品及解决方案销售密不可分，也是满足客户复杂且多样的测试测量挑战需求的必然选择。其根本原因是随着高端产品推出，客户

不仅仅只需要一个产品，更需要一个整体综合性的解决方案。传统的经销模式难以满足客户需求，且通常直销产品的单值较高、销售难度较大。比如公司 DS70000 系列 5GHz 带宽数字示波器，单价达到 20 万元左右，而今年将要发布的 13GHz 数字示波器成套单价将会达到百万元级别。在此端市场，相对于低值仪器产品，客户的采购和决策模式都有显著变化。因此在这个市场想要从国外行业领导者手中获取市场份额，不仅要在技术上做到“打铁自身硬”，更需要通过差异化优势给客户带来超值的测试测量体验。直销模式与经销模式各有侧重，相辅相成，对于公司整体营销会有显著促进作用。

公司从 2018 年就开始进行直销布局，通过专业的销售和技术支持团队连接客户，在高端产品和战略客户两个方向上取得了显著的成果，直销占比已经达到约 30%。未来公司将持续加强在国内的终端销售团队和大客户销售团队建设，同时在欧美日及新兴经济体国家和地区逐步完善直销团队，以配合公司高端产品及解决方案在全球的销售与部署。

Q: 目前公司的人均产出是多少？

A: 2022 年公司人均收入约为 120 万元人民币，对标海外领导企业，其人均收入约为 25 万美金，公司在人均效率挖掘上仍有潜力。公司运营方面会平衡投入和产出，注重给投资人的价值回报，选择有序、可持续的发展模式。短期经营效率目标是：包含工人在内的正式在编员工，人均销售额达到 20-25 万美金。

Q: 公司如何提升自身应对外部风险的能力？

A: 面对多变的外部环境因素，公司持续打造业务连续性管理体系，并全面开展数字化经营管理，形成对突发事件预警、应对、处置、恢复的整体策略，提升多风险应变能力，保障企业经营发展的可持续性。公司认为，关键核心技术一定掌握在自己手中，原始创新是公司技术发展的底层逻辑，公司将通过物料替代和战略储备保障供应可获得性。公司坚持用确定性的内核能力建设去面对外部不确定的环境变化。

Q: AI 行业和半导体行业的发展对电子测量仪器需求的促进？通讯行业的需

求是否预期会大幅增加？

A: AI、半导体、通信这三个领域，都是现在非常热点的领域，而且产业规模都非常大。跟科技板块相关，仪器都必不可少，比如 AI，从算力，到 CPU、GPU，服务器，数据传输，高速的光纤通讯，高速的无线通讯里都少不了。从半导体视角来说，分门别类有很多种，但是所有的半导体都得经过测试，在半导体应用之后，都会带来延展性的、集成性的测试方案，所以需求是非常多样的，比如半导体测试机、ATE 设备，非常多种，而且差异巨大。

普源精电本身是做测试测量，在测试单元里，已经有相关的应用，包括第三代半导体、高速的存储测试、DDR 测试，是普源精电本身具备的能力，但还是要随着产品的高端化，才能更加匹配客户的需求。所以与 AI、半导体和通讯的相关性是毫无疑问的，从技术的研发到产品的生产环节，都会有所涉及。

从产业复苏的角度，去年下半年开始通信有些客户的采购量已经逐步提升。有句话叫产业复苏，仪器先行，目前公司已经能感受到相应的变化。

Q: 除了自研核心技术平台外，公司还有哪些未来需要突破的硬核技术壁垒？

A: 在自研核心技术平台的道路上，公司已经前行了十几年，大家也看到了我们成果，未来公司一方面会推出更具核心竞争力的自研技术平台，另一方面会致力于推出更具成本优势的产品。

当然后续我们也会在核心工艺能力上发力，在绝对意义上的高端产品领域，必然需要公司具备微组装、微加工能力，大家如果来公司参观过，应该会对公司目前的微组装能力有深刻的印象。

未来公司依然会坚持能够稳定可靠供应的外购物料，我们会选择外购；无法稳定可靠供应或仪器专用、外购成本过高的物料，我们会自己解决。

Q: 公司的下游客户的行业分布大致是什么样的？

A: 在可以统计的范围内，公司下游客户如下：工业类客户 60%、教育类客户 25%、研究机构 10%、小微企业及个人 5%。其中在工业类客户中通信客户占比最大，在半导体、新能源和消费类电子行业也有大量的下游客户分布。

Q：目前公司的产能是什么水平？未来预计会达到什么样的水平？随着销量的增长是否会有产能方面的压力？

A：公司的产能不是公司发展的瓶颈，苏州工厂已实现年产 15 万台的产能，可以保障当前公司的发展需要。未来可以通过产线的扩线和制造基地的新建满足更多品类和数量的发货需要。2023 年我们会将精益工厂提升至 5.0 阶段，初步实现数字智慧工厂，同时我们将会启动全球供应链建设，为公司未来发展提供可持续的重要支撑。

Q：关注到公司发布了一款 12bit 数字示波器新品，能否简单介绍一下？

A：公司于 5 月 18 日全新推出了 DH0900/800 系列数字示波器，该新品是公司通过自研核心技术平台面向入门级数字示波器市场作出的重要战略产品布局。该系列产品主要有以下三个优势：

1. 显著的价格优势。通过使用公司半人马座自研核心技术平台，该产品在此端带宽的 12bit 数字示波器市场具有显著的价格优势。

2. 灵动的便携优势。主机约重 1.78kg，拥有 7 英寸 1024*600 高清触控显示屏，便携的同时保证操作舒适度。支持标准 Type-C PD 供电，可以使用充电宝实现产品供电，满足移动测试和浮地测试需要，甚至配备了 HDMI 高清视频接口，灵动展现了强大的应用拓展性。

3. 卓越的性能优势。DH0900/800 系列延续了 DH0 系列的 12bit 高分辨率，4096 级高量化级别带来了更低的量化误差，由于搭载的半人马座自研核心技术平台，本底噪声极小。DH0 系列还支持 S232/UART、I2C、SPI、CAN、LIN 等总线触发和解码，满足更多测试领域需求。DH0900 系列示波器支持伯德图分析，可以直观地提供测试曲线及数据，帮助电源工程师通过分析相位裕度和增益裕度等参数，快捷判断系统稳定性，有效助力开关电源系统设计。不仅如此，DH0900 系列标配 16 通道数字接口，提供强大的数字信号分析能力。

DH0900/800 系列超便携高分辨率示波器作为经济型数字示波器，将能更好满足汽车电子、嵌入式设计、电源设计、高校教学和基础科研等领域的测试需求，极大地提高测试效率，为工程师提供强劲助力。

未来，公司将继续发挥核心技术优势，通过精品的不断推出，更好地帮助科

技工作者应对多变的测试新挑战，加速全球前沿科技和高新技术产业的升级与突破，并进一步提升中国品牌在全球测试测量行业的国际地位。



附件清单（如有）	无
日期	2023年4月15日-2023年5月19日