

# 上海灿瑞科技股份有限公司

## 投资者关系活动会议纪要

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> <input 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 type="checkbox"/>路演活动  <input checked="" type="checkbox"/>现场参观                                 <input checked="" type="checkbox"/>一对一沟通  <input type="checkbox"/>电话会         </p>
<p>参与单位名称</p>	<p>           国泰基金、平安基金、中融基金、招商基金、交银施罗德基金、信达澳亚基金、湘财基金、广发基金、安信基金、博时基金、中银基金、鹏华基金、大摩华鑫基金、大成基金、天弘基金、富国基金、汇丰晋信基金、恒越基金、景顺长城基金、建信基金、华泰柏瑞基金、创金合信基金、西部利得基金、深圳惠通基金、一犁基金、中庚基金、惠升基金、华宝基金、万家基金、汇添富基金、国联安基金、诺安基金、鹏扬基金、中邮保险、长江养老保险、百年保险资管、北大方正人寿资管、人保资产、泰康资产、赋格投资、太平洋资产、南土资产、欣歌投资、长鸿资本、德邻众福资管、石舍资产、明溪天泽资管、赛颐财鑫、海宸投资、中誉投资、盛趣资本、国鸣投资、中庸资产、沙利文&amp;头豹、沁闻资产、聚盛国际香港、煜德投资、南方天辰投资、诚盛投资、嘉信达金融、泊通投资、路博迈投资、睿华投资、太平资产、中信建投证券、广发证券、财通证券、中信证券、中邮证券、东北证券、方正证券、德邦证券、海通证券、首创证券、国信证券、国海证券、上海证券、开源证券等约 110 家         </p>
<p>时间</p>	<p>2023.5.4~2023.5.31</p>
<p>公司接待人员姓名</p>	<p>           副总经理兼董事会秘书：林丽霞            证券事务代表： 顾伟祥         </p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p> <b>问答环节主要内容：</b>   <b>Q:从产品布局上看，公司 2023 年有什么新产品或者新变化，具体未来</b> </p>

**产品发展规划、核心重点产品布局是怎样的？**

答：结合 2022 年公司各业务产品的发展变化，目前公司针对智能传感器市场发展及公司产品线成熟度，将原合并的智能传感器（磁传感器）中的智能电机驱动芯片产品单列出来形成独立产品线，目前形成磁传感器、智能电机驱动（集成霍尔元件的 Hall-in-one 电驱芯片简称 HIO 电驱芯片）、光传感器、电源管理四大芯片产品线；其中前三个产品线均为原智能传感器范畴。未来公司将立足于四大产品线持续扩展，磁传感器和 HIO 电驱芯片将重点发力汽车、工业等下游终端；电源管理产品由于有较好的直销大客户渠道，短期继续夯实消费电子市场，并向工控、汽车领域拓展；光传感器方面，看好包括工业机器人、导航、自动驾驶、医疗健康、AR 等领域的前瞻发展，并将持续进行研发投入。

**Q：公司 2022 年全年综合毛利率在 46%左右，但 2023 年第一季度，公司毛利率下降较多的原因是什么？**

答：2022 年底，公司两大产品系列分别为智能传感器和电源管理。其中智能传感器产品因 2022 年终端应用中汽车、工控领域占比提升，因而智能传感器毛利提升至 55%左右；公司电源管理产品主要为直销客户，且客户为国内大型手机制造厂商，由于供货量较大且合作期限较长，价格相对稳定，2022 年内电源管理芯片毛利基本保持稳健；因此 2022 年综合毛利提升至 46%左右。但 2023 年开始，国内以手机为代表的电源管理相关芯片产品发生了较大幅度价格波动，公司电源管理产品价格也发生较大波动，进而导致电源产品毛利有较大幅度下降；因而公司今年第一季度毛利率下降较多。智能传感器产品国内市场格局相对较好，受外部电源产品价格影响不大。

**Q: 公司 2022 年电源管理芯片库存增加 117%，23 年第一季度存货看起来继续增加，是否现在消费电子业务复苏不达预期？目前最新的库存情况如何？**

答：由于 2022 年第四季度疫情给宏观环境及客户造成的影响，客户提货量有较大幅度缩减，致使 2022 年末电源管理芯片库存有较大上升。为此，公司 2023 年希望加大库存动态管理，通过价格措施提升库存去化，目前针对电源管理产品已达到阶段性效果。2023 年第一季度存货增加，主要系第一季度传感器业务出货良好，公司排产倾斜导致传感器库存量较年初有所增加所致。目前公司整体存货可控，后续公司将继续做好库存管理。

**Q: 第二季度是否是行业的传统旺季？相比一季度，二季度是否会有环比改善？**

答：从历史经验来看，一般第二季度、第三季度属于行业的传统旺季；今年一季度受限于疫情、节假日、终端需求等多重影响，一季度出货量也较同期有较大下滑。与公司电源线产品不同，目前公司智能传感器线产品受单一终端应用的依赖较小，今年以来逐月保持了良好的出货节奏，且目前国内竞争格局较好，产品价格未受到电源线产品的影响。电源线产品随着疫情之后宏观环境逐渐向好，出货也将逐渐好转，但受限于消费电子行业需求影响，较过去的行业旺季仍有差距，且产品价格波动较大。从目前的出货情况判断，二季度环比一季度会有较大改善。

**Q: 公司在消费电子领域直销为主，在工业等其他领域是什么销售模式？**

答：主要通过产品进行区分，电源线产品以直销为主，其客户群体为消

费端客户，特别是大型手机或手机 ODM 厂商；智能传感器领域以经销为主，不按照消费、车规、工业产品区分销售模式。

**Q: 公司跟其他的设计公司有所不同，公司有自己的封装测试工厂，从短期来看，这块稼动率不足会导致亏损，进而也会影响综合利润率，那为什么要建封装测试工厂？**

答：考虑到今后长远发展，公司在先期投资封测产线时，产能短期相对富余，因此除了自身产品使用外，也承接外部封测以消化固定资产折旧影响。2022 年全年，受宏观环境及终端需求影响，封测产线因为稼动率不足，全年毛利为-20%左右。今年第一季度，封测业务毛利继续为负值，从而也会影响综合毛利。公司从事封装测试业务并非从成本节约角度考虑，更重要的是从产业协同及未来战略发展角度考虑。磁传感器对磁场十分敏感，对封测环境的无磁化要求较高，不能受到外部磁场干扰，在不具备相应的环境下生产会影响到产品质量，且公司深耕磁传感器多年，在制造工艺、封测工艺等形成了自己的技术积累，自建封测有利于维持自身核心竞争力，保持先发优势。未来年度，若公司传感器业务量逐渐提升，封测稼动率提升，封测业务毛利将得到改善。

**Q: 今年在消费电子不景气的背景下，公司如何扭转营收增长持续向好？**

答：公司目前智能传感器及电源管理芯片两大领域，细分出 HIO（Hall-in-one）电驱芯片、磁传感器芯片、光传感器及电源管理芯片四大细分产品线，电源管理芯片产品终端应用主要为数码 3C 消费电子产品，受消费电子整体市场景气度影响；但智能传感器领域，尤其是 HIO 电驱芯片和磁传感器芯片，由于有多元化的终端应用场景，涵盖消费电子、汽车电子、工业电子、通讯设备、办公 OA 设备等各细分应用，受单一市场影

响相对较小。今年以来，传感器芯片业务仍保持了良好的发展态势。公司将积极做好产品研发和推广，力争实现主营业务持续发展。

**Q：公司的磁传感器在汽车上主要用于哪些部位？公司汽车类产品的客户是谁？2023 年公司对汽车行业放缓背景下的业绩展望是怎样的？**

答：公司目前主要量产的车规产品为两类，一类为开关型磁传感器芯片，主要用于智能座舱系统，包括智能座椅调整、安全带卡扣、车窗升降等，且主要为汽车前装市场；另一类为 HIO 电驱芯片，主要用于车灯散热、座椅通风、车内空气循环、5G 车载天线等场景，以汽车后装市场为主。目前公司主要通过汽车 Tier1 供应商或大型经销商出货，受限于客户商业保密要求，汽车产品终端用户及具体采购客户暂无法明确告知。公司目前车规产品有用于前装市场及后装市场，后装市场与汽车保有量有关，受新车销量的影响相对较小。公司看好未来汽车产业发展，2023 年将继续加大磁传感器、HIO 电驱产品推广力度，力争实现汽车相关业务持续增长。

**Q：公司新产品尤其是车规磁传感器产品的进度如何？**

答：公司今年以来加大了相关产品线的研发力度，研发投入持续加大，汽车电子是公司未来关注的终端应用领域，目前相关产品研发进展顺利。

**Q：HIO 电驱芯片国外是否有类似产品？公司 HIO 电机驱动是否一直能够保持竞争优势？**

答：海外厂商迈来芯、罗姆等有类似 HIO 电驱芯片，但价格相对较高；

	<p>国内生产商较少。HIO 电驱芯片为集成霍尔的电机驱动芯片，需要在磁传感器芯片领域有一定的技术积累，同时也要具备较好的电机驱动研发能力，且将两者集成之后，不仅需要性能稳定可靠，还需要量产良率保证以形成性价比优势及市场竞争力，因此目前国内量产厂商较少；公司在此细分领域有先发优势，并将以此为基础，不断投入研发力量，加快电机驱动线新产品研发。</p> <p><b>Q：公司对今年的业绩预期是多少？收入和利润有什么目标？</b></p> <p>答：公司已于 2023 年 4 月完成第一期股权激励计划授予，根据股权激励方案中的业绩考核目标值，公司 2023 年要实现收入目标是以公司 2020-2022 年三年营业收入均值为业绩基数，2023 年较业绩基数增长 30%。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 6 月 2 日