

证券代码：688608

证券简称：恒玄科技

恒玄科技（上海）股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-10-31

| | | |
|-------------------------|--|--|
| <p>投资者关系 活动类别</p> | <p><input type="checkbox"/>特定对象调研 <input 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 type="checkbox"/>现场参观 <input type="checkbox"/>其他（ ）</p> | |
| <p>参与单位名称及 人员姓名</p> | <p>AIA Investment Ariose China Growth Fund BESTON VANTAGE FUND BRIGHTER INVESTMENT Brilliance Capital China Alpha DOY capital Dymon Asia Capital MARCO POLO PURE ASSET Oasis Management PA Asset Management Shandao SMAM 北京诚盛 北京高信百诺 北京古槐资本 北京禹田资本 北京源乐晟 北京致顺 北信瑞丰基金 财通证券 大家资产管理 淡水泉 德邦证券 德华创业投资 东北证券 东方阿尔法基金管理 东方基金 东方证券 东吴基金</p> | <p>海南丰岭 瀚川投资 瀚卿鸿儒 杭银理财 杭州锦成盛 杭州萧山泽泉 禾永投资 横琴淳臻投资 红杉资本 泓德基金 华安证券 华能贵诚信托 华泰证券 华西证券 华夏基金 汇丰晋信基金 汇华理财 汇泉基金 汇添富基金 嘉实基金 建信保险 江苏瑞华投资 交银康联 交银施罗德 金鹰基金 锦绣中和 景顺长城基金 九泰基金 玖龙资产 路博迈基金</p> |

| | |
|----------|------------------|
| 东吴人寿保险 | 曼林基金管理 |
| 东兴基金 | 摩根士丹利 |
| 东证融汇 | 南京璟恒投资 |
| 丰琰投资管理 | 南京双安资产管理 |
| 富安达基金 | 宁波梅山保税港区新沙鸿运投资管理 |
| 光大证券 | 宁波市海曙国有资本投资 |
| 光控资产 | 宁波燕创鸿德投资管理 |
| 广东中顺纸业 | 诺安基金 |
| 广州市航长投资 | 鹏华基金 |
| 国金证券 | 平安基金 |
| 国开证券 | 浦银安盛基金 |
| 国联基金 | 瑞腾（平阳）私募基金 |
| 国融基金 | 瑞银 |
| 国寿安保 | 睿远基金 |
| 国泰基金 | 润晖投资 |
| 国新证券 | 山西证券 |
| 国信证券 | 陕西抱朴容易 |
| 中意资产 | 中邮理财 |
| 上海伯兄 | 深圳正圆 |
| 上海晨燕 | 深圳铸信诚 |
| 上海处厚 | 石峰资产 |
| 上海东方证券 | 首创证券 |
| 上海高毅资产 | 太平养老保险 |
| 上海光大证券 | 泰信基金 |
| 上海国泰君安证券 | 天风证券 |
| 上海合道资产 | 天弘基金 |
| 上海合远私募 | 天津易鑫安 |
| 上海和谐汇一 | 同方证券 |
| 上海混沌投资 | 万和证券 |
| 上海极灏 | 闻天私募 |
| 上海嘉世 | 西部证券 |
| 上海泾溪 | 西藏鸿商资本 |
| 上海景熙 | 西藏源乘投资 |
| 上海利幄 | 新活力资本 |
| 上海聆泽 | 信达澳亚基金 |
| 上海留仁 | 兴合基金 |
| 上海明河 | 兴业基金 |
| 上海铭大实业 | 兴业银行 |
| 上海南土资产 | 兴业证券 |
| 上海盘京投资 | 幸福人寿保险 |
| 上海浦东发展银行 | 奕金安 |
| 上海勤辰 | 银河基金 |
| 上海睿郡 | 银河证券 |

| | | | |
|-----------------------|---|----------|--|
| | 上海尚雅 | 圆信永丰基金 | |
| | 上海世诚投资 | 远洋资本 | |
| | 上海同犇投资 | 长安基金 | |
| | 上海万晟实业 | 长城财富 | |
| | 上海益和源资产 | 长城证券 | |
| | 上海涌津投资 | 长江证券 | |
| | 上海原点资产 | 招商基金 | |
| | 上海正松投资 | 招商信诺 | |
| | 上海正心谷 | 浙江景和 | |
| | 上海重阳投资 | 浙商基金 | |
| | 上海紫阁投资 | 浙商资管 | |
| | 上汽顾臻 | 中国人保资产 | |
| | 上银基金 | 中海基金 | |
| | 尚正基金 | 中华联合财产保险 | |
| | 申万菱信基金 | 中金公司 | |
| | 深圳前海大千华严 | 中军金融 | |
| | 深圳清水源投资 | 中欧基金 | |
| | 深圳市君弘投资 | 中泰电子 | |
| | 深圳市明曜 | 中信保诚基金 | |
| | 深圳市尚诚资产 | 中信建投 | |
| | 深圳市裕晋 | 中信银行 | |
| | 深圳鑫然 | 中信证券 | |
| | 中邮证券 | 朱雀基金 | |
| 时 间 | 2023 年 10 月 | | |
| 地 点 | 公司会议室 线上会议 | | |
| 上市公司接待 人员姓名 | 财务总监、董秘：李广平 | | |
| 投资者关系活 动主要内容介 绍 | <p>三季度经营情况介绍：</p> <p>2023 年三季度，公司一共实现营业收入 6.5 亿元，较上年同期增长了 35.7%。三季度环比上季度增长了 24.2%，1~9 月份累计实现营收 15.6 亿元，同比增长了 33.8%。（1）自今年以来可穿戴产品终端销售恢复了增长，对芯片需求也随之增长；（2）公司新一代 BES2700 系列芯片被广泛采用，智能蓝牙芯片占比增加，公司产品均价有所提升；（3）公司手表芯片进入更多客户终端，终端形态也同步拓宽，不仅是运动手表，还包括智能手表和手环；（4）公司 wifi 类芯片，随着智能音箱市场的恢复，今年也是同步增长。</p> <p>2023 年 1-9 月，公司累计净利润为 1.2 亿元，扣非净利 5200 万，单季</p> | | |

利润率 10.5%，环比上升。Q3 毛利率 34.5%，环比基本持平。费用方面，研发费用单季 1.3 亿，比上季度增长 1600 万，费用率随着收入扩大，略有下降。公司仍处于发展和技术积累阶段，因此研发是处于持续投入状态中。

截至 930，公司存货 6.6 亿元，比 22 年末下降了 2.8 亿，存货周转已经从 7 个月下降至不到 5 个月，回到正常存货水平。

2023 年 1-9 月，公司经营现金流由负转正，净额为 3.2 亿，去年同期为净流出 4 亿元。在收入端不断增长的带动下，各项财务数据得到显著改善。

总体而言，公司所在行业在增长，公司产品结构在升级，公司恢复到营收快速增长的状态。具体到公司所在的三个业务领域，耳机市场我们一直坚持品牌客户战略，跟随品牌客户的增长而增长；手表市场在下半年，采用公司芯片的客户以及终端在持续增加，不仅运动手表，包括智能表和手环产品都能看到公司产品的应用；智能家居市场，公司在 Wi-Fi 应用除了智能音箱，还进入词典笔、白电等市场，持续拓宽自己的领域。

问答环节：

1、请问上半年收入端超过 30% 的增长，从产品结构来看，哪类产品增长更多？

公司手表芯片正在不断地拓展过程中，从年中开始陆陆续续在客户端的新品发布中看到公司手表芯片的落地量产，这对公司手表芯片业务来讲，是有一个显著加快的推动作用。

公司在客户端有广泛的客户基础，去年公司推出的 BES2700 系列智能蓝牙芯片，在终端得到广泛应用，新产品的起量，对公司整体营收的快速增长有较大贡献。

智能家居方面，因为去年较低的基数，所以它在增速上是非常好的，但是绝对量上来讲相比耳机和手表是占比较小。

2、在手表芯片中，公司在三季度导入了一些品牌的手表和手环，比如荣耀 4Pro、小米手环等，请帮助梳理一下手表的周期，以及在运动表和包括智能表的协处理器方面，公司分别的进展？

运动手表是公司进入手表市场的首个品类，公司主要做运动手表的主控芯片，我们可以看到运动表很好地实现了公司在芯片技术上的一些长项，比如：超低功耗和高集成度，都可以给客户带来价值，因为我们知道手表的尺寸较小，但是用户对续航是有一个最直观的感受并有长续航的需求，这些特性都和公司的技术长项匹配。

手环相比手表是个大市场，现在手环有些类手表的应用需求，刚好契合公司手表芯片的发展布局，因此公司的手表芯片也被应用在小米的手环上。希望为智能可穿戴市场的持续增长，提供芯片层面的助力。公司认为这个市场还会有长足发展。

在智能表的协处理器上，公司主要帮助客户改善智能手表在续航时间短的状态，在手表日常佩戴场景中多数时间是运动手表擅长的领域，少数时间是智能模式下的应用，公司手表芯片作为协处理器，可以充分发挥在运动手表的优势，助力客户改善功耗问题。可以看到公司手表芯片陆续在不同客户的智能手表上得到应用。

3、现在看到 TWS 耳机的复苏，这是消费者真实的需求呢，还是下游的一个补库存的现象，我们怎么去判断能不能持续？

我们可以从公开数据上看到可穿戴类终端的销售情况，是在增长的。行业刚刚经历了供不应求到需求下滑再到恢复增长这个周期来讲，产业链备库存的态度是比较谨慎和理性的。

4、订单的能见度跟今年上半年有没有什么变化？订单的能见度是否能够看到两三个月，甚至可以看到明年第一季？

订单的能见度是行业内的一个惯例，事实上不会跟着经济周期以及行业的冷热周期有太多的改变，订单一直都是短期 1-2 个月的订单。无非就是在比较快速增长的早期，我们能够看到是客户的急单比较多，但是今年其实已经有三个季度的增长，所以从供应链的角度上来讲，已经恢复到正常状态。

| | |
|------|--|
| | <p>5、毛利率后续是否会反转？</p> <p>公司比较大的受到上游供应链成本上涨的压力，同时今年一直是产业链去库存的情况，公司难以将成本压力传导下去，造成公司毛利率同比降低了 4-5 个百分点。如果上游供应链的成本不松动，公司的毛利率会比较承压。</p> <p>6、智能手表行业未来驱动这个行业的出货量增长的核心动力在哪里？</p> <p>消费者对人周边的可接触到的产品有智能化的需求。手表是可以 24 小时佩戴的一个品类，这个方面具有先天优势，所以这个角度来讲，它的智能化是一个纵深比较长的行业。当产业链的大家共同努力可以解决消费者的问题时候，消费者对产品的粘性就自然而然形成了。</p> |
| 附件清单 | 无 |
| 日期 | 2023 年 10 月 31 日 |