

证券代码：688484

证券简称：南芯科技

## 上海南芯半导体科技股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2024-007

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议） <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	花旗、Artisan Partners、Goldman Sachs AM、RWC、Lazard AM、长城基金、财通证券、博时基金、广发证券、华宝基金、交银施罗德基金、华泰资产、富国基金、长江证券、华安基金、汇添富基金、中银基金、永赢基金、泰康资产、东方基金、国寿养老、兴业证券、金鹰基金、华泰证券、嘉实基金、广发基金、格林基金、IDG、泓德基金、江信基金、华夏基金、新华资产、鹏石投资、合众人寿资产、德邦基金、GIC、UBS、一诺私募、中泰证券、平安基金、长信基金、中邮证券、申万菱信、东兴基金、光大证券、太平洋资产、百年保险资管、中金公司、招商自营、国开证券自营、中石化资本、容光投资、汇鑫投资、金元资管、光信私募、英特尔资本、摩根士丹利基金、信达澳亚基金、Pictet AM、汇丰前海证券、天弘基金、长城基金、银华基金、鹏华基金、WFM Asia、中信建投证券、汇添富基金、地泽投资、东海证券自营、财通证券自营、腾达投资、腾达家办、中金基金、建信养老、富敦投资、复星投资、磐稳投资、中信证券、民生通惠资产、长江证券自营、元昊投资、原点资产、汇华理财、兴业自营、泓澄投资、宽潭资本、华金证券、JP Morgan、国信证券、中海基金、兴银基金、西部利得基金、诺安基金、喜世润投资、盛钧资本、中信资管、民生证券、华源证券、国海证券、汇

	<p>丰晋信、国投瑞银、华商基金、光大保德信、CDPQ、Jefferies、东吴基金、上海电气、国泰基金、景领投资、Manulife、石锋资产、中信保诚基金、云富投资、兴业银行、景林资产、华安证券、东方证券自营、淡水泉、招商证券、开源证券</p>
时间	2024年11月-12月
地点	上海、北京、深圳、杭州
上市公司接待人员姓名	投资者关系主任 艾赛斯
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>主要交流的问题：</b></p> <p><b>问题一：公司第四季度景气度情况如何？</b></p> <p>答：公司业务占比最高的消费电子领域，由于行业景气度弱复苏叠加产业链库存提升的影响，今年上半年呈现淡季不淡的现象，相比之下下半年呈现旺季不旺的态势。公司前三季度营收规模逐季攀升，前三季度营收约 18.99 亿元，同比增加 57.49%，已超过去年全年水平，第四季度业务景气度有望持续，第四季度具体财务数据请关注公司后续的相关公告。</p> <p><b>问题二：电源管理芯片领域种类丰富，公司如何来布局、规划业务方向？</b></p> <p>答：公司当前业务布局核心为“大客户业务策略”，主要从各大客户需求出发，对齐客户下一代产品规划，投入预研项目，从需求到产品开发，从产品验证到量产，以高效的响应客户需求的能力为客户提供解决方案，从而奠定产品差异化竞争力。</p> <p>从业务领域方面来看，公司继续深耕消费电子领域，围绕品牌大客户的需求，推动从供电端到设备端的产品链全布局，产品类别从充电管理拓展至 DCDC、ACDC、Display、BMS 等更</p>

多类别,应用的下游产品以智能手机为核心,逐步覆盖至 PC/平板、移动电源、智能穿戴等设备;在汽车电子领域,今年前三季度业务规模较去年实现了翻倍成长,产品类型逐步丰富,布局车载充电、智能座舱、ADAS、车身控制四大业务方向,旨在为客户提供高效、集成、安全的一站式芯片解决方案,以实现汽车电子业务的持续快速成长。此外,公司也在加快布局高压工业电源、AI 电源、通信电源等领域的产品,以继续丰富公司多元化、平台化的发展战略。

**问题三:公司在供应链的成本结构如何?作为 Fabless 厂商如何发挥自身的供应链能力?**

答:从前三季度来看,公司包含晶圆在内的原材料采购成本占比约七成,委外的成本占比约三成。

公司作为 Fabless 厂商,也积极发展独有工艺能力,在供应链方面投入巨大的资源,进行定制化开发,通过与主要供应商的有效战略合作,公司虚拟 IDM 能力已经形成,工艺技术能力不断精进,从而让工艺及平台更适合公司定制化开发的产品,为产品带来更强的竞争力。

**问题四:公司毛利率水平如何?当前成本端的价格变化情况如何?**

答:毛利率显示了公司的综合竞争力,受公司自身产品的竞争力、公司为客户创造的价值、行业的竞争情况、产品价格波动、成本变化等方面影响。公司今年前三季度毛利率维持在 40%的水平,在国内同行业中位居前列。从原材料及委外的情况来看,公司目前成本端的价格保持稳定,未来公司将持续优化成本控制,提升在新的工艺平台的良率与可靠性水平,争取更优、更合理的成本价格。

公司将继续保持研发创新能力与优势,推动重要产品快

速创新迭代，优化细分产品业务结构，持续做好大客户营销策略，优价优量，做好运营管理与成本优化，以期继续实现长期可持续发展的盈利水平。

**问题五：公司如何看待在汽车电子业务的发展潜力？**

答：随着电动化、智能化在汽车领域的加速渗透，芯片在单车上的应用数量和价值也在不断攀升。面对巨大的市场需求，以及智能电动汽车对 IC 产品提出的新需求，公司选择与消费电子领域有一定契合度的充电类产品作为跳板，持续加大研发投入，重点布局车载充电、智能座舱、ADAS、车身控制四大领域，旨在为客户提供高效、集成、安全的一站式芯片解决方案。

今年公司研发投入规模持续提升，汽车作为公司重点布局投入的领域，陆续推出了诸多新品，如：车规级电子保险丝（eFuse）、电机驱动芯片、车规级升降压转换器、车规级摄像头模块电源管理芯片、高功率升降压转换器、快充控制器等产品。汽车业务是一项长期、高投入的工程，通过产品的不断积累和布局、技术的开发与迭代、应用领域及客户的持续开拓，公司对未来汽车电子业务的长期可持续发展抱有信心。

**问题六：公司如何确立自身的发展定位？**

答：无论从宏观环境，还是产业环境的变化来看，当前的行业竞争继续加剧，客户从单纯的低成本需求开始逐步转向为“低成本+高性能”的需求，国内模拟芯片行业的头部效应将会越来越显现。

面对行业竞争与客户需求特性的变化，公司战略秉承围绕各大客户的核心需求，有规律地发展平台化、多元化策略，公司的定位是不做大众货架，要以产品独特性、高性价比、

	<p>高产品品质、更贴近客户的实际需求、为客户提供定制化整体方案为核心，就如同当前超市行业中最有竞争力的业态“大型会员制超市”。此外，公司定位于“虚拟 IDM”的发展策略，保持一定成本优势的同时，持续提升工艺能力，发挥工艺平台与设计能力的协同优势，强化产品竞争力。管理模式也要继续推进体系化、制度化、国际化、更高运营效率的建设，一个可靠的经营体系支持起来的一整套方案服务体系，才能有机会走出国门、赢得海外客户的认可。公司会持续保持对产业变化的关注，挖掘能够与公司形成协同互补效应的并购投资机会，随着公司业务规模的成长，也会在社会上招揽人才，以进一步强化公司业务能力，支持公司新产品的开发与业务拓展。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2024 年 11 月-12 月