

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

2021年3月

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input 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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	工银瑞信、中欧基金、鹏华基金、泰康资产、汇添富基金、华商基金、中邮基金、华夏基金、南方基金、韩国投信、Broadpeak、MassAve、涌容、Pinnacle、TT、盘京投资、GIC、方圆基金、Willing Capital、Morgan Stanley Investment Management、挚信资本、润晖资本、红杉资本、晨曦投资、盈峰资本、中信证券、广发证券、中泰证券、万家基金、东方证券、国信证券、国盛证券、嘉实基金、富国基金、易方达基金、民生证券
时间	2021年3月
地点	公司会议室及线上会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：赵国光 财务总监：李广平 证券事务代表：黄律拯
投资者关系活动主要内容介绍	公司就企业经营状况及进展等方面做了介绍。 主要问答： 1、近期市场传言 AirPods 下调 2021 年销售预期，是不是意味着 TWS 耳机增长已经到天花板，公司对 TWS 耳机增速和展望？ 随着安卓系品牌耳机供应链的持续改进和完善，终端耳机的品质得到大幅提升，用户的体验感和接受度都有跃升。根据 Counterpoint Research 报告，TWS 耳机出货量保持了持续的

增长，2019 至 2022 年的年复合增长率预计高达 80%。目前 TWS 耳机在安卓系品牌中的渗透率较低，远低于 AirPods 相对于苹果手机市场的渗透率。TWS 耳机作为新兴市场，特别是安卓系品牌仍处于快速成长的中前期，对公司持续发展有良好的支撑。

2、公司客户覆盖的情况是怎样的？

公司在品牌客户的深度和广度是公司重要的竞争优势和商业壁垒。公司产品全方位覆盖各类型品牌客户。目前公司客户主要分为三类，即手机品牌、专业音频厂商及互联网公司。

手机品牌厂商的 TWS 耳机与旗下智能手机生态打通，使用方式便捷，因此手机厂商是目前 TWS 耳机最主要的参与者，同时驱动 TWS 耳机创新。根据 Counterpoint Research 发布的 2020 年第三季度数据，TWS 耳机出货量前三名的厂商均为手机品牌。公司芯片已广泛应用于主流安卓手机品牌的蓝牙耳机产品中，覆盖率较高。

除主流手机品牌外，公司产品在专业音频厂商中也有较高的占有率，如 Harman、JBL、Skullcandy 均有主要产品应用公司芯片。除此之外，市场份额紧随其后的 Anker、Tzumi，以及 AKG、漫步者、万魔也是公司的终端品牌客户。

除手机品牌和专业音频厂商外，公司与阿里、百度等互联网巨头均有不同形态的产品合作：阿里的智能音箱天猫精灵采用了公司 WiFi/蓝牙双模 SoC 芯片，在 2020 年量产出货。百度于 2020 年推出的具有翻译功能的小度耳机采用了公司芯片；

综上所述，从覆盖品牌的广度和深度上看，公司具有明显优势，已成为智能音频 SoC 芯片领域的主要供应商。

3、公司在品牌客户的市占率会进一步提高吗？产品是否有切入品牌厂商的中低端？

公司产品在安卓品牌客户市场的市占率仍有提升空间。

从产品线的广度上看，公司产品聚焦中高端。随着 TWS 耳机市场的发展，未来品牌客户也会推出中低端 TWS 耳机产品，品牌市场对高性价比的中低端 TWS 蓝牙耳机也有持续需求，公司将通过技术创新，推出有竞争力的解决方案，参与品牌客户中低端耳机市场的竞争。

4、公司芯片除耳机外，在智能音箱上的应用有什么进展？相比其他厂家的智能音箱芯片产品有什么优势？

公司面向智能音箱应用的基于 RTOS 操作系统的 WiFi/蓝牙双模 AIoT SoC 芯片已实现量产出货，应用于阿里“天猫精灵”智能 WiFi 音箱。预计今年公司应用于智能 WIFI 音箱的 WiFi/蓝牙双模 AIoT SoC 芯片将有新客户量产，相关销售收入也会有提升。除应用于智能 WiFi 音箱外，公司 WiFi/蓝牙双模 AIoT SoC 芯片未来还可以作为智能语音模块广泛用于智能家居等领域，公司的芯片方案具有较强的市场竞争力。

5、未来 TWS 耳机产品的升级的主要方向在哪里？

功耗及延时进一步降低：受限于耳机体积，在电池容量有限的前提下，既要保证较长的音乐播放时间，又要实现更多的功能以及更强的智能算力，因此对耳机芯片的功耗提出更高要求。同时，提升连接的反应速度、音频传输速率及低延迟是各厂商主要的技术攻克方向之一。

主动降噪/通话降噪功能将进一步升级：主动降噪不仅比拼芯片性能和算法，还比拼声学设计，因此需要芯片厂商与 OEM/ODM 厂商高度配合以实现更好的降噪效果，验证到量产需要相当长时间，具有较高的行业壁垒。目前，市场上的主流产品的降噪功能还有较大的升级空间。

智能语音技术还需要进一步演进：目前智能化应用在耳机上尚属起步阶段，终端产品对智能化应用还有很多需求尚待技

术上的突破和实现。此外，语音 AI 技术本身也在不断演进的过程中，伴随技术本身的发展，应用于耳机的语音 AI 也需要芯片硬件的迭代演进。

传感器开拓新的交互方式：随着耳机内置各类传感器的普及和增加，将能为消费者提供健康检测、运动数据播报、助听等更为丰富的功能。

蓝牙 TWS 技术在持续演进：许多满足终端用户真实需求的功能会不断推陈出新，这些功能都需要蓝牙 TWS 技术的持续演进，如蓝牙 TWS 的一拖 N 技术等，即目前用户的蓝牙耳机在与手机连接时，如需切换到与电脑连接必须断连后重新连接，有一拖 N 技术后可以做到无缝连接，提升用户的使用体验。

6、公司拥有募集资金后，在招聘和研发方面的方向是什么？

智能音频市场快速发展，对芯片迭代升级速度提出了更高要求，公司需要在较短的时间内高效完成现有产品的更新迭代和新产品的研发工作，技术攻关难度大，研发任务繁重。加之公司未来研发布局日趋广泛，业务范围不断扩大，公司亟需加大外部人才的引进力度，以充实高端人才储备，进一步提高研发能力。目前公司核心团队稳定，研发队伍也在持续扩充。公司无论在社招还是校招方面均保持较高的招聘强度，以支撑公司持续快速的业务增长需求。

研发方面，公司从事集成电路芯片设计，属于技术驱动型企业，需投入大量研发费用进行技术升级和产品迭代。随着公司销售规模和研发费用的同向提升，研发强度将维持在一定的水平。

7、公司新公告的股权激励计划覆盖了 50%的员工，是怎么考虑的？

公司在股权激励方面在此次激励计划之前已经有三次激

	励计划，本次公告的股权激励覆盖了接近 50%的员工，公司总体股权激励已经覆盖了约 85%的员工，逐步实现全员持股。此次股权激励安排有利于吸引和留住优秀人才，提升公司的长期竞争力。
附件清单 (如有)	无
日期	2021 年 3 月 29 日