

证券代码：688332

证券简称：中科蓝讯

深圳市中科蓝讯科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-020

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"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称	博时基金、南方基金、东海基金、西部利得基金、华创证券
时间	2023年10月12日至13日
地点	深圳市中科蓝讯科技股份有限公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：张仕兵 董事会办公室主任：曹卉 证券事务代表：黄玉珊、刘懿瑶
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司简介：</p> <p>中科蓝讯主营业务为无线音频 SoC 芯片的研发、设计与销售，公司逐步形成以蓝牙耳机芯片、蓝牙音箱芯片、智能穿戴芯片、无线麦克风芯片、数字音频芯片、玩具语音芯片、IoT 芯片、语音识别芯片八大产品线为主的产品架构，产品可广泛运用于 TWS 蓝牙耳机、颈挂式耳机、头戴式耳机、商务单边蓝牙耳机、蓝牙音箱、车载蓝牙音响、电视音响、智能可穿戴设备、无线麦克风、语音玩具、物联网设备等无线互联终端。公司是业内较早采用 RISC-V 指令集架构作为技术开发路线的芯片设计企业，基于开源的 RISC-V 指令集架构，配合开源实时操作系统 RT-Thread，自主开发出高性能 CPU 内核和 DSP 指令，实现了各种音频算法。目前公司产品已进入小米、realme、TCL、传音、魅蓝、NOKIA、飞利浦、联想、铁三角、创维、纽曼、山水、惠威、摩托罗拉、喜马拉雅</p>

雅、倍思、boAt、Noise、科大讯飞、夏新、网易、唱吧、QCY、天猫精灵、魔声 Monster、Sudio 等终端品牌供应体系。

伴随着宏观经济形势在变化中步入稳定，消费电子行业也逐步回暖，下游及终端需求有所增强。公司持续加强研发投入，以市场需求为导向进行新产品规划，提升公司研发投入的转化率。随着公司讯龙系列产品在市场的持续渗透，以及现有产品性能升级，公司盈利能力正逐渐提升。未来随着 IoT 芯片、语音识别芯片、玩具语音芯片、无线麦克风芯片等新产品的推出，公司的产品线将进一步横纵向拓展，下游应用场景和客户范围也随之扩大。

2023 年上半年，公司实现营业收入 65,309.21 万元，同比增长 20.51%，净利润 1.12 亿元，同比增加 20.38%。

问答环节：

1、请问公司业绩增长主要驱动因素是什么？

公司主要产品为蓝牙耳机芯片、蓝牙音箱芯片、智能穿戴芯片、无线麦克风芯片、数字音频芯片、IoT 芯片、语音识别芯片等，其中蓝牙耳机芯片占比 61.56%，蓝牙音箱芯片占比 23.14%，数字音频芯片占比 5.96%，智能穿戴芯片占比 4.37%。公司业绩增长，主要受市场需求复苏、新产品推出及现有产品升级、讯龙系列销量提升三大因素影响。

(1) 市场需求复苏：蓝牙耳机作为消费电子标准品产品，功能较为固定，经过多年的技术迭代，在性能不断提升的同时，售价及成本也在不断降低，购买频率也显著高于笔记本电脑、手机。根据 Canalsy 发布的 2023 年第二季度全球个人智能音频设备报告，TWS 耳机的出货量达 6,816 万部，同比增长 8%，其中 boAt、QCY 在新兴市场的增速明显。受耳机市场需求复苏影响，公司凭借优秀的性能优势，在现有白牌市场的基础上，持续渗透品牌市场，已被搭载于小米 Redmi Buds 4 活力版与 realme Buds Wireless 3 的耳机产品中。

根据头豹研究院数据，近年来中国智能音箱行业经历了爆发式高速增长阶段，目前市场逐渐进入平稳期。2021 年中国智能音箱销售额增

长 16.4%达到 86.5 亿元，2022 年中国智能音箱市场销量 2,631 万台，市场销售额为 75.3 亿元，同比下降 28%。高音质成为智能音箱市场的新增长点。2022 年，高音质音箱销量占比达到 3.7%，较去年上涨 1.5%。行业正值转型升级时期，向高价值高端化方向布局，不断满足用户多样化需求。公司根据市场需求，研发设计高端讯龙系列芯片，满足音箱高音质要求，目前音箱芯片营收占比相对 22 年有所增长。

Counterpoint Research 公布的最新报告中显示，在经历了 2022 年第 4 季度、2023 年第 1 季度连续两个季度的下滑之后，全球智能手表出货量在 2023 年第 2 季度同比增长了 11%。报告称该季度印度市场出货量同比增长 70%，是全球市场反弹的主要力量。公司讯龙系列产品已陆续应用于智能手表，每季度保持稳定并持续增长的销售金额。

公司上半年共实现 61,217 万颗无线音频芯片销量，同比增长 38.25%。

(2) 新产品推出及现有产品升级：公司在不断加强研发投入的同时，以市场需求为导向进行新产品规划，提升公司研发投入的转化率。2023 年上半年，公司推出 OWS 耳机芯片、无线麦克风芯片、数传 BLE SoC 芯片等多款新产品，同时对现有智能蓝牙音频芯片、可穿戴产品芯片进行持续升级，基本将全产品线升级至最新的 BT5.4 蓝牙协议，保障稳定的无线连接和低延时的无线传输，进一步提升产品性能降低功耗；讯龙系列部分产品采用了 Cadence HiFi4 DSP，极大提升了产品算力与集成度，同时快速支持第三方算法集成。

(3) 讯龙系列销量提升：公司推出的“蓝讯讯龙”系列高端蓝牙芯片受市场高度认可，凭借出色的性能表现和性价比优势，目前被搭载在小米、realme 等多家品牌的产品，每月出货量保持稳定增长，占营业收入比例持续增长。讯龙系列毛利率相对于 AB 系列毛利率较高，随着占比的提升，公司综合毛利率随之改善。

在市场需求复苏、新产品推出及现有产品升级、讯龙系列销量提升等多重因素共同影响下，公司营业收入、净利润实现同比环比增长，未来有望保持持续增长。

2、公司国内、海外营收占比情况是否有变化？

公司主要以经销为主，直销为辅。下游客户均为国内公司，由下游方案商、板卡厂等进行开发设计后销往终端市场。目前无法精确统计终端客户情况及所在地区，根据公司同下游客户跟踪交流，目前估计品牌客户占比大约为百分之十以上，白牌客户在百分之八十多。国外终端客户主要分布在印度、东南亚地区、非洲、欧美等市场。2023年上半年，公司讯龙系列产品营收占比提升，品牌客户推进取得重大突破，进入一线手机品牌供应链并实现大规模量产，二线品牌客户也在持续拓展，营收占比持续提高。公司芯片产品在国内销售，终端产品面向全球客户，根据国内海关出口数据显示，今年以来无线耳机出口数量呈现复苏趋势。公司海外市场出货量也有所增长，占比约为 60-70%。

3、公司库存情况如何？

公司属于备货式生产，主要库存压力在原厂，下游经销商会做短期周转备货，正常情况下公司可以做到接单即发货。公司结合下游客户预测、上游晶圆厂产能情况等因素，对原材料采购及成品进行合理规划。2023年以来，公司出货量基本保持在正常水平，考虑到下半年即将进入销售旺季，公司主动备货为下半年销售做准备。目前公司出货稳定，保持在业务流转合理水平，后续需结合行业政策、市场情况等判断行情变化。

4、公司未来三年是否有业绩指引？

公司于 2023 年初推出《2023 年限制性股票激励计划》，设立了 2023 年至 2025 年业绩考核指标：2023 年营业收入 14 亿，2024 年营业收入 18 亿，2025 年营业收入 23.5 亿。公司将依托现有业务，积极拓展蓝牙、WIFI 应用场景，保持业绩的健康可持续增长，持续为股东创造价值。

5、公司对于新产品的规划如何？

公司在现有音频芯片的基础上，围绕蓝牙、WiFi 两个连接渠道，利用自身的技术优势及客户资源，持续孵化新技术、新产品，不断开拓新的市场领域和拓宽销售渠道，培育潜力市场，扩大下游新的应用场景，着重加强可穿戴芯片、物联网芯片和 WiFi 芯片的研发投入。未来随着 IoT 芯片、语音识别芯片、玩具语音芯片、无线麦克风芯片等新产品的推出，有望扩大下游应用场景和客户范围，持续增强公司盈利能力。

6、请公司介绍下研发投入增长原因和研发人员未来招聘计划。

公司持续加大研发投入，巩固技术研发优势，加强研发人才招聘力度，研发人员数量、其他研发物料投入均快速增长。截至 2023 年 6 月底，公司研发人员达到 188 人，较上年同期 114 人增长 65%。同时，由于新产品研发进度的推进，公司 2023 年上半年光罩费较上年同期增长 1,515.93 万元。

随着募投项目的逐步实施、品牌客户的导入及业务规模不断扩展，公司对于研发人员的需求也在不断增加，物料投入也会有所增长，研发费用会有一定程度的提升。但公司将根据发展需求进行人力资源规划，稳步培养优质人才，费用率会保持在合理范围。

在接待过程中，我们严格按照《上市公司投资者关系管理工作指引》《上海证券交易所科创板股票上市规则》《公司章程》等关于投资者关系活动的相关规定，与来访人员进行了充分的交流与沟通，并未出现未公开重大信息泄露等情况。