

证券代码：300613

证券简称：富瀚微

### 上海富瀚微电子股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-001

<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> 鲍尔太平 周俊恺 北京安途投资 宋春胜 北京柏治投资 刘济源 北京富智投资 李晓迪 北京鑫翰资管 刘二杰 北京信伟达资管 张钧宇 北京致顺投资 朱贺凯 博道基金 龚耀民 财通证券 吴姣晨 长城财富保险资管 杨海达 长见投资 刘志敏 长江养老保险 邱宏斌 长江自营 孟星 长盛基金 钱文礼 财信证券自营 杨帅 乘安资管 程熙云 创金合信基金 郭镇岳 张晓雅 淡水泉投资 任宇 德邦证券 谢文嘉 东北证券 孟爽 东方阿尔法基金 梁少文 东方基金 梁忻 东方证券资管 陈思远 东睦新材料 吴杨 东吴基金 张浩佳 方瀛研究与投资 Sun Xin 方正证券 邓迪飞 复通私募 余音 富国基金 汪孟海 富兰克林华美投信 陈宏毅 工银瑞信基金 张新磊 共青城鼎睿资管 王可丹 光大证券研究所 孙啸 广东天贝合资管 黄少波 广东正圆私募 张萍 广宇集团 李斌 国华兴益保险资管 李灿 国金基金 程子皓 国金证券资管 冯轶舟 国寿安保基金 张标 国投证券 程宇婷 海南墨竹私募 赵维卿 杭州巨子私募 江源 杭州浙信 常斌 合众资管 张看 和基投资基金 王贵州 和谐健康保险 赵宇 宏利投资 wenlin Li 鸿运私募基金 张永波 湖南源乘私募 苏柳竹 华宝基金 吴心怡 华创证券 高远 华泰证券 陈钰 华夏财富创新 刘春胜 华夏基金 赵芷煜 汇丰晋信 徐廷全 汇泉基金 周晓东 汇添富基金 杨璿 济南中燃科技 柳伟 嘉实基金 蔡丞丰 谢泽林 建信资管 李浩鹏 江苏第五公理投资 郭雷雨 金股证券投资咨询 曹志平 景泰利丰资管 吕志 九泰基金 赵万隆 单承超 蓝鹰基金 何儒 鹿秀投资 彭翊 明世伙伴基金 朱腾飞 许庆华 摩根士丹利基金 李子扬 宁波信石投资 韩林和 农银汇理基金 张璋 农银人寿保险 高岑岑 盘京投资 王莉 平安银行 刘颖飞 前海汇杰达理资本 解睿 融捷投资 麦伟男 融通基金 武霆威 双木投资 雷雪 上海阿杏投资 王明 上海复星高科技 董铨群 国理投资 殷晓红 国赞私募基金 郭玉磊 杭贵投资 饶欣莹 和谐汇一资管 凌晨 君翼博星创业投资 汤仙君 名禹资管 王友红 明河投资 卢尧之 磐耀资管 葛立法 上海人寿保险 方军平 天玑投资 曹国军 彤源投资 郝标 上海万业企业 史彬 深圳前海华杉投资 田星 深圳市超淦贸易 周馥媛 深圳市明达资管 黄俊杰 尚诚资管 黄向前 迎水投资 臧敏捷 太平国发（苏州）资管 陈勇 太平基金 王达婷 太平资管 窦萍华 厦门财富管理 戴俊清 西部证券 杜 </p>

	<p>威 西南证券 李明明 霄沣投资 尹霄羽 鑫元基金 葛川荣 兴业银行 陶俊 旭鑫资产 李凌飞 易知投资 郭党钰 银叶投资 崔健 中金资本 邹臣 中域资管 袁鹏涛 中天汇富基金 许高飞 泽源资本 李匆 肇万资产 高文丽 喆颢资管 黎鑫 朝景投资 张高愉 浙商基金 刘炜 浙商控股 赵媛 正奇控股 聂瑞 郑州云杉投资 李晟 中金公司 袁咪 陈俊 胡迪 中国人保资管 吴若宗 中国人寿资管张帆 中杰(厦门)投资 李文杰 中金基金 汪洋 臧若晨 中信保诚资管 金炜 中信建投 孙芳芳 中信期货 康恃榛 中信证券 叶达 夏胤磊 中银基金 赵建忠 中邮证券 周晴 中再资管 程军 CFC 胡慧 IGWT Investment 廖克铭 JK Capital Management 任蕙 Millennium Capital 姚逊宇</p>
时间	2024 年 4 月 15 日
地点	公司会议室（电话会议）
上市公司接待人员姓名	<p>董事长、总经理杨小奇先生；</p> <p>副总经理、董事会秘书万建军先生；</p> <p>投资者关系总监吴斯文先生；</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、公司经营情况说明</b></p> <p>2023 年，公司实现营业收入 18.22 亿元，归属上市公司股东的净利润为 2.52 亿元。从产品线来看，专业视频处理业务收入达到 12.19 亿元，毛利率为 38.04%；智慧物联产品业务收入为 3.14 亿元，毛利率为 31.33%；智慧车行产品业务收入则为 1.88 亿元，毛利率为 44.64%。</p> <p><b>二、Q&amp;A 环节</b></p> <p><b>Q：大模型，SORA 这种 AI 技术创新带来了哪些最终应用端的创新？未来看好哪些产品能快速落地走进千家万户？哪些产品可能会成为出货量最大的应用产品？</b></p> <p><b>A：</b>公司最关注还是端侧和边缘侧应用，在行业专用、智能家居包括其他消费电子领域。公司更关注视觉相关的大模型应用，上一代 AI 技术没有解决的问题，要通过大模型来不断增强。公司在端侧和边缘侧大模型方面不断地做探索和研发。随着技术不断进步，最能解决痛点的产品将会有最高的需求，比如连接大模型的家务机器人如果成熟，需求就会很高。</p> <p><b>Q：上述的应用产品会对视觉 SoC 芯片有大量新需求，对于芯片技术层面有什么新的要求？</b></p>

A: 比如相机等端侧, 以及 NVR、XVR 等边缘侧, 大模型要求算力足够大, 存储器带宽够高, 对于芯片性能的提升都有基本的要求, 具体要求体现在算力、功耗、成本等方面。这方面公司也在认真的布局。

**Q: 当前也看到其他做 SoC 领域的友商开始布局 AI 视觉相关产品, 公司如何看待和友商之间的优劣势问题。**

A: 在视觉方面, 公司和其他友商处于相同起跑线上。公司做了 AI 若干年, 而大模型技术是从去年才开始进入市场关注。公司会更专注在摄录和分析领域的视觉应用。

**Q: 2024 年行业景气度展望? 公司收入增长规划?**

A: 客户端缓慢复苏, 速度并没有达到爆发性增长; 公司下半年将推出主力产品, 今年也给了销售部门比较高的目标, 希望在下半年实现发力完成今年销售目标。

**Q: 公司成本结构后续是否还有优化空间?**

A: 成本分为晶圆、存储和封测。晶圆之前已经降价了, 后续需观测晶圆厂的稼动率情况来判断是否继续降价; 存储成本是提升的; 封测目前已经到比较低的状态。总体而言, 根据历史经验看成本短期内可能有所上升, 后续如果晶圆成本下降则会下降。

**Q: 公司视觉业务和智慧物联业务的占比后续展望?**

A: 智慧车行相关业务占比稳定在 10%左右, 目前大头还在后装市场; 后续公司在前装领域持续发力, 希望前装能实现比较大的增长。智慧车行的业务总体占比预计 2024 年提升空间有限。智慧物联 2024 年公司投入力度大, 效果较好, 收入占比有望迎来提升。

**Q: 在专业视频领域公司感知的下游客户需求如何, 如何展望 2024 年?**

A: 目前通过和大客户沟通情况, 总体保持审慎乐观, 处于缓慢复苏情况。对客户的出货量是在增加的, 但是结构上看便宜的产品增量较多, 高端产品出货没有明显好转。

**Q: 公司对智慧物联产品业务的预期是怎样的?**

A: 公司对智慧物联产品业务的预期是相对较高的。这种积极预期基于两方面的考虑: 首先, 消费类需求整体上呈现出明显的回暖趋势, 这不仅体现在

摄像机领域，也包括手机等其他消费电子产品。其次，公司在相关产品的研发上投入了大量资源，计划推出一系列具有竞争力的新产品。因此，公司对智慧物联产品业务的增长持有信心，并预计这将推动业务的进一步发展。

**Q: 鉴于上游晶圆成本下降而存储成本上升的情况，公司对 2024 年毛利率的整体展望是什么？**

A: 公司对 2024 年毛利率的展望考虑了多个因素。首先，智慧物联产品的毛利率相对较低，尤其是与专业视频处理和车载产品相比。随着智慧物联产品在公司业务中占比的增加，整体毛利率可能会受到一定的影响。其次，上游成本的增长，尤其是存储成本的上升，将对毛利率产生压力。虽然这些成本上涨可能需要一段时间才能反映到下游产品价格中，但总体来看，公司预计 2024 年的毛利率可能会呈现下降压力，但公司将通过提高效率和优化成本结构来应对这一挑战。

**Q: 能否请公司领导介绍一下车载产品线？**

A: 车载 ISP 产品: 车载 ISP 产品应用场景丰富，包括 DMS、OMS 和 AVM 环视系统。在 DMS 和 OMS 领域，公司市占率已经相对较高，但市场渗透率还不到 3%，因此预计这一块将伴随渗透率上升而快速提升。环视产品由于单车摄像头较多，是车载摄像头的主要战场。目前公司在环视市场的市占率较低，但随着独立 ISP 方案逐渐被客户接受，预计今年将开始有一定程度的放量，增速可能较高。CMS 产品: CMS 在国内还属于新生事物，法规支持通过不久。目前，采用 CMS 的车型主要是一些创新精神较强的车企推出的，随着更多畅销车型进入市场，CMS 产品的市场接受度预计将逐步提高。APHY 产品: 公司正在与头部企业合作，不断进行产品改进和测试，目前反馈良好。APHY 产品的市场起量可能需要等待一些行业标杆企业的领先应用，以带动整个行业的应用普及。

**Q: 关于车载产品线的海外市场拓展计划，公司是否有意向进军海外市场？如果有，将会优先推广哪些产品或针对哪些领域？**

A: 中国汽车出口的增长趋势明确。目前，公司的产品已经通过国内车企间接进入了海外市场，即我们的产品被应用在海外消费者的车辆上，但销售仍然是针对国内一级供应商。

**Q: 公司车载业务海外和国内市场的营收占比?**

A: 我们通常将产品销售给一级供应商, 然后由他们与整车厂进行销售。至于具体的销售落到哪些车型上, 以及哪些车型出口到哪些地方, 这些数据我们并不能完全掌握。因此, 对于海外和国内市场的具体占比, 公司目前没有一个精确的统计。

**Q: 2024 年公司研发团队扩张规划, 公司团队的底蕴与优势?**

A: 公司计划在 2024 年继续保持团队的扩张。我们认为在行业周期的底部加强研发是非常重要的策略。这个时候, 我们有机会吸引那些在行业周期顶部难以招募的顶尖人才。此外, 我们的团队在视频处理领域有深厚的积累, 对产品细节的把握非常到位, 这是我们的一个显著优势。竞争对手即使技术能力很强, 也很难快速获得这些产品细节上的知识和经验, 因此这是一个相对较高的门槛。此外, 我们与主要客户有长期的合作关系, 对他们的核心需求有非常准确的把握。在产品定义的细节方面, 我们比其他竞争对手更有优势。我们的产品从定义到设计阶段都有较高的门槛, 这意味着不是任何跨领域的团队都能轻易胜任的。这些优势有助于我们在竞争中保持领先地位, 并继续为客户提供高质量的产品和服务。

**Q: 面对大客户可能的自研芯片, 这对公司有何影响? 在产品性能方面, 客户自研芯片与公司产品相比有何优劣?**

A: 需要澄清的是, 大客户自研芯片他们主要关注的是硬盘、存储相关的芯片, 而不是视频 SoC 领域。因此, 他们的自研实际上对我们的业务没有太多影响。其次, 自研芯片需要考虑性价比和投入产出比。研发视频 SoC 这类芯片需要较高的研发开支, 从经济角度来看, 产业分工比垂直一体化更为高效。大客户在资源配置上选择了专注于他们的核心领域, 而将视频 SoC 等其他领域的芯片研发交给专业的供应商来完成。综上所述, 大客户的自研芯片活动不会对我们的产品构成竞争, 因为我们专注于提供高性价比的视频 SoC 产品, 这是我们的核心优势所在。

**Q: 公司并购计划?**

A: 公司认识到并购是企业成长的一种重要方式。我们注意到, 在美国等市场, 许多大型企业通过并购实现了快速扩张, 有些甚至完成了所谓的“蛇吞

象”操作。公司未来的发展不排除并购这一选项，并且在某种程度上可能会积极拥抱这一策略。目前，公司正在进行一些资本运作，但由于目前市场环境的原因，整体市场的资本运作节奏有所放缓，尽管如此，公司仍然会积极推进并努力完成这些资本运作。在芯片领域的并购方面，目前审核实操对并购估值设有上限，这与芯片公司在二级市场的估值存在较大差距，导致并购在当前情况下较难发生。但值得高兴的是，我们注意到有关方面正在征求意见，可能会对这一限制进行放宽。一旦时机成熟且政策允许，公司可能会抓住机会开始相关的并购行动。

**Q： 传统专业视频前后端芯片的竞争格局变化趋势，如何看待星宸科技上市等事件的影响？**

A：目前行业的 CR5（前五大公司市场份额之和）已经非常高，可能达到了 90%，这表明整个行业的产业集中度很高，市场结构相对稳定并保持垄断格局。在这样的市场环境中，公司的策略是逐步替代一些竞争对手的市场份额。由于公司下游客户较为集中，且竞争对手主要是海外的半导体公司，投资者往往感觉行业需求数据较难搜集验证，星宸科技等公司上市后，他们的财务数据也是公开的，这将使得投资者对行业的信息把握更准确，从而提高投资者对整个行业的了解程度。此外，上市公司的增加可能会带来行业估值中枢的形成，有助于减少股价的剧烈波动。对投资者来说，投资感受可能会有所改善。

**Q： 2024 年公司新产品的发布节奏是怎样的，特别是在高端产品的补齐方面？**

A：公司计划在 2024 年下半年发布新产品。目前的产品策略是使产品矩阵更加密集，减少产品线中的缝隙。例如，在高端产品方面，公司已经有 95 分或 100 分的产品，同时也有 70 分的产品。公司考虑在这些产品之间补充 85 分的产品，使得产品矩阵更加完整，从而在产品体系的竞争上显得更有竞争力。

**Q： 公司在机器人领域的布局是怎样的，特别是在客户产品和客户进展方面？同时，公司在机器人领域的竞争优势是什么？**

A：公司在机器人领域的布局主要分为工业视觉和未来可能的人形机器人两大块。工业视觉领域：公司的优势之一是头部客户优势。作为芯片公司，与头部客户的合作带来了先发优势，因为行业领先的头部客户通常是率先采用专

用芯片的。且头部客户涉及的行业形态多样，这使得公司能够了解到不同工业生产场景中的应用需求，从而开发出更全面的产品。同时，头部客户的规模优势也有助于公司产品研发和运营周转，因为一开始就有一定的产品需求量。

人形机器人领域：由于人形机器人领域还没有完全定型，公司目前不会贸然开发专门的芯片。公司正在与人形机器人领域的客户保持充分的沟通交流，并进行 IP 方面的储备，以便在未来能够快速响应市场和客户需求的变化。

**Q：智能家居市场产品品类的丰富，对视觉感知能力的要求是否在提高？公司在产品布局上是如何考虑的？**

A：随着智能家居市场的发展，对视觉感知能力的要求越来越高。但这种提高不仅仅是性能上的，还包括了成本效益的考虑。在民用领域，尤其是消费电子产品中，芯片需要具备足够的算力来满足视觉感知的需求，同时又要控制成本，确保性价比高。公司的产品布局策略主要包括两个方面：一是与头部玩家合作：公司会深入与市场头部玩家进行交流和合作，这样可以更精准地定位产品，了解哪些产品具有较大的市场需求。通过与头部企业的合作，公司能够确保销售规模的增长，因为头部企业通常有更大的市场影响力和销售网络。二是关注草根的微创新：同时，公司也密切关注市场中的草根创新，因为一些有潜力的产品创新可能并非源自行业头部企业，而是从较小的创新企业中诞生。公司通过关注这些草根创新，确保能够抓住下一个可能的成长机会，避免错失市场动态。

**Q：公司后续是否存在存货减值的压力？**

A：公司后续的存货减值压力实际上是非常小的。根据财报数据，公司的库存水平较低，存货周转率相当高。在年报期间，公司还会特别检查可能导致存货减值的因素，而目前这些因素的数量已经比较少。因此，预计未来在存货减值方面的压力几乎可以忽略不计。

**Q：关于眸芯的最近进展以及 2024 年订单量和增速的展望？**

A：眸芯的芯片开发进展顺利。对于 2024 年的业绩展望，可以参考公司并购公告中的业绩补偿承诺条款。

**Q：国内整车厂今年价格战对公司毛利率的影响，以及公司不同条线芯片的年降次数和情况？**

A: 在车载芯片领域, 尽管整车厂可能会寻求降本, 但由于车载芯片面临严格的技术质量和安全限制, 因此在制造过程中采用了不同的工艺, 导致其成本天生较高。这意味着在车载芯片领域, 公司的产品具有更强的价格竞争力, 毛利率相对较高。因此, 尽管价格战可能对其他领域产生影响, 但在车载芯片领域, 公司面临的压力并不大, 毛利率通常高于其他产品线。

**Q: 大客户需求展望情况?**

A: 大客户目前正在进行库存调整策略, 可能会将之前的高库存水平降低, 这可能会影响到公司一个到两个季度的销售。但公司产品竞争力持续提升, 正在不断获得友商的市场份额, 因此公司在产品中的占比越来越高。且客户有很多创新业务, 如机器人业务、微影业务等, 目前增长情况良好。公司正在逐步介入这些之前未涉及的领域, 拓展未来的销售空间。公司在大客户的各个创新业务条线也在跟进中, 由于这些业务主要需要视觉芯片, 公司正在持续跟进这些机会。

**Q: 去年大客户在公司业务中的占比是多少? 传统业务与新创新业务的结构构成是怎样的?**

A: 去年大客户在公司业务中的占比大约是 71%, 并且这个比例正在逐渐降低。在创新业务方面, 公司已经在以下几个领域做到大规模出货, 收入比例超过 10%: 公司智慧物联业务: 与大客户的消费电子产品公司相关, 该子公司已经上市, 业务覆盖广泛。公司车载业务: 与大客户的车载公司相关, 这是公司业绩的另一个重要来源。此外在其他创新业务方面, 包括机器人和红外等领域的需求, 公司也在逐步跟进。从营收占比的角度角度, 公司车载业务占比已经 10% 了, 智慧物联营收占比 15% 以上, 其中主要部分都来源于大客户的创新业务。

**Q: 公司降低大客户依赖的措施?**

A: 公司对大客户的依赖程度正在逐渐下降。去年大客户在公司业务中的占比大约是 75%, 而目前已经降至 70% 左右。这种变化是由两个主要因素共同影响的: 一、开拓新客户: 公司正在积极开拓更多的客户, 这将有助于降低对单一大客户的占比, 从而使得大客户在公司销售中的占比下降。二、进入大客户创新业务: 公司也在积极进入大客户的多个创新业务领域, 这可能会在未来导致大客户在公司销售中的占比有所上升。



**Q: 大客户在传统业务方面, 是否有价格、数量或产品方面的变化?**

A: 大客户的传统业务方面, 除了之前提到的库存变动之外, 最大的变化趋势是公司的产品竞争力提升, 逐步替代了一些海外竞争对手的产品。至于价格波动, 这些基本上都是随市场变化而变化的, 经过多个周期后, 目前价格已经相对稳定。

**Q: 目前的库存周期是多久?**

A: 对于大客户来说, 他们的库存周期在较高时可能是三个季度以上, 现在可能已经降至两个季度的水平。公司历史上最低的库存周期是两个季度。

**Q: 大客户储备我们芯片的最低库存周期大概是多少?**

A: 关于大客户储备公司芯片的库存周期, 目前没有具体的统计数据。但可以肯定的是, 现在的库存周期应该处于较低的水平。

**Q: 大模型终端侧对边缘计算的需求有哪些?**

A: 大模型在终端侧对边缘计算的需求主要集中在对隐私保护、低延迟处理和特定场景下的智能化需求。例如, 在家庭环境中, 用户可能希望有一个家庭级别的大模型来处理私人数据, 而不是将数据上传到云端。此外, 移动设备端可能需要一个适合其能耗和性能要求的大模型。不同的应用场景和智能程度会带来对芯片需求的显著差异, 包括算力、功耗等。目前, 大模型在终端侧的落地还在探索阶段, 需要根据实际应用方向和用户需求来确定最终的产品形态。

**Q: 能否介绍一下公司的海外策略? 公司的核心竞争力在哪里?**

A: 公司的海外策略目前聚焦于消费市场, 避免涉及地缘政治敏感的专业市场。海外消费市场的毛利率已经不错, 我们自己评估产品和方案竞争力较高, 因此, 公司正在与海外头部客户建立联系, 虽然这需要时间, 但公司对未来的发展持积极态度。

**Q: Q4 库存水位环比降了很多, 公司如何看待这么低的库存水位?**

A: 库存水平是动态调整的。Q4 的库存是在 Q3 备货的, 当时预期原材料价格会下降, 因此公司有意降低了库存水平。同时, 客户也在进行去库存动作, 导致 Q4 库存水位下降。

**Q: 大客户机器人业务的产品和 ASP (平均销售价格) 情况, 预计今明**

	<p><b>两年的订单规模？</b></p> <p>A: 机器人业务是新兴领域，从芯片制造到设计导入再到量产需要时间。ASP 方面，新产品初期成本较高，定价也会相对较高，随着量产的增加，价格会逐步下降。</p> <p><b>Q: 2023 年度眸芯科技利润大幅增长的主要原因是什么？</b></p> <p>A: 眸芯科技利润增长主要是因为近年性能强劲、各方面优秀的后端芯片得到了客户的认可，替代友商的速度较快。这些芯片由于其性能优势，能够较好地满足客户需求，财务上表现为带来较高的销售价格和利润。</p> <p><b>Q: 其他传统视频行业客户需求情况如何，一季度同比去年来看，考虑到客户去库存，今年专用产品是否还有价格下降的压力？</b></p> <p>A: 相对波动较小。如果有库存压力，主要在大客户方面。对于其他客户，公司将依靠特色产品来保持价格定位优势，避免只通过降价竞争。公司期待通过特色产品维持良好的价格和利润水平。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2024 年 4 月 16 日