

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：2024-007

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	信达澳亚基金
时间	2024年4月15日
地点	深圳市中科蓝讯科技股份有限公司会客室
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
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>公司简介：</b></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、蓝牙音箱、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。目前公司产品已进入小米、万魔、realme 真我、倍思、漫步者、腾讯 QQ 音乐、传音、魅蓝、飞利浦、NOKIA、摩托罗拉、联想、铁三角、喜马拉雅、boAt、Noise、沃尔玛、科大讯飞、TCL 等终端品牌供应体系。</p> <p>2023 年度，公司实现营业收入 144,688.74 万元，较上年同期增长 33.98%；归属于母公司所有者的净利润 25,169.32 万元，较上年同期增长 78.64%；归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润 17,384.79 万元，较上年同期增长 55.02%。</p>

问答环节：

**1、公司 2024 年是否继续维持 30% 营收增长目标？**

据公司 2023 年初披露的股权激励方案，2024 年业绩考核目标为营业收入不低于 18 亿元。公司将继续加大研发投入，提升产品规划能力、技术预研能力，完善项目管理。技术上，继续钻研蓝牙、Wi-Fi 等通信技术，陆续推出讯龙二代+、讯龙四代、Wi-Fi 芯片并快速响应市场需求，持续推出具有竞争力的解决方案。产品上，公司八大产品线将持续发力，尤其是智能穿戴、无线麦克风、玩具语音、物联网芯片等新品类将为 24 年业绩贡献力量。

**2、2024 年国内、海外市场分别是什么样的展望？**

公司直接客户主要集中在华南区，再通过下游的方案商、经销商将搭载公司芯片的模组或者终端产品通过线上、线下渠道销往全球，终端销售无法精确统计。根据下游反馈，海外营收占比预计在六、七成左右。今年预计不会有太大变化。

**3、公司智能穿戴业务增速较快，后续有何规划？**

公司的智能穿戴方案已完成全面的产品布局：上至高阶 BT895X 系列，下至中低阶 AB569X、AB568X 系列，全方位满足客户不同需求。特别是 AB568X 系列，凭借其优秀的显示效果及极高的性价比，受到了行业的高度认可，目前已在印度等国家智能手表品牌客户合作。随着智能手表普及率上升，智能穿戴业务后续有望达成亮眼的业绩。

**4、蓝牙耳机增速未来如何？会不会后续增速会放缓？**

公司认为耳机市场未来还是处于增长趋势。根据第三方咨询公司的统计，蓝牙耳机全球规模已超 500 亿美元，各方面技术基本成熟，蓝牙耳机趋向于标准化，并衍生出场景细分的第二增长曲线。同时，一些经济水平略低的国家中消费电子产品渗透率远低于全球水平。一方面本土消费水平随经济发展仍将有所提升，另一方面随着产业链的成熟，普通

蓝牙耳机售价仍有下探空间，双重作用下加快新兴市场的起量。印度市场及其他潜力国家如印度尼西亚、非洲、墨西哥、埃及等市场空间仍值得期待。

#### **5、品牌今年大概是什么样的目标？**

2023年讯龙系列占营收比在14%-15%，公司今年将陆续推出的“讯龙二代+”“讯龙四代”芯片，继续加速深耕品牌客户市场，持续推动品牌渗透率。

#### **6、公司存货情况会如何变化？**

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。考虑到24年的收入目标以及新品的推出，公司主动备货为销售做准备，库存保持在合理水平。目前公司出货稳定，保持在业务流转合理水平，后续库存情况需结合行业政策、市场情况等判断行情变化。

#### **7、今年的成本端是否还有下降空间？**

从公司自身角度来看，公司研发团队将持续芯片的迭代升级，研发更高性价比的产品、严格控制各项费用，保证费用率在合理水平；从供应链角度看，需要结合市场的实际情况，公司与上游各供应商均建立了长期、稳定的深度合作关系，会根据市场变化及公司销售策略合理管控库存情况，以应对下游市场需求增长和新产品备货需求。公司将持续合理安排供应商采购活动，继续深化合作，确保产能稳定、成本可控。

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。