

苏州上声电子股份有限公司

投资者关系活动记录表

证券简称：上声电子 证券代码：688533 编号：2021-001

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（需文字说明）
参与单位名称	汇添富基金 饶云飞
时间	2021-11-07 10:30
地点	线上会议对话
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理 周建明先生 董 事 会 秘 书 朱文元先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、 公司近期基本情况介绍</p> <p>苏州上声电子股份有限公司（以下简称“上声电子”或“公司”）成立于1992年6月，位于相城高新区元和科技园中创路333号。公司于2017年12月整体变更为股份公司后在2021年4月成功在上海证券交易所科创板上市，股票代码：688533。</p> <p>我公司致力于运用声学技术提升驾车体验，是国内技术领先的汽车声学产品方案供应商，已融入国内外众多知名汽车制造厂商的同步开发体系。公司拥有声学产品、系统方案及相关算法的研发设计能力，产品主要涵盖车载扬声器系统、车载功放及AVAS，能够为客户提供全面的产品解决方案。目前，公司车载扬声器在全球乘用车及轻型商用车市场的占有率为12.64%，国内市场占有率第一。</p> <p>2021年前三季度，公司管理层按照董事会制定的战略规划和经营计划，优化组织架构，不断加大研发力度，积极开</p>

拓国内外市场，严格控制成本，大力推进自动化建设、人才建设、信息化建设和内部控制管理。2021年1-9月，公司实现营业收入91,713.82万元，较上年同期增加22.89%；归属于上市公司股东的净利润4,432.15万元，较上年同期增加10.06%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润3,748.20万元，较上年同期增加11.45%。截止2021年9月30日，公司总资产为158,465.84万元，较上年度末增长16.85%。

二、访谈环节

Q1、车载音响行业的发展趋势？

答：车载音响作为电子音响的一个细分品类，是为减轻驾驶员和乘员旅行中的枯燥感而设置的收音装置。车载音响有扬声器与功放，车载功放对改善车载音响系统品质具有重要意义，通过功率放大、音频处理以及其他性能拓展提升整车音响系统声音输出品质。随着汽车消费升级的不断深化，下游对整车音响系统的品质要求也不断提升，由此带来车载功放在前装市场的需求逐渐扩大。此外，在汽车智能化升级趋势下，搭载中控屏幕成为当下车型的设计潮流，将车载音响系统的功率放大功能从主机中独立出来并搭载车载功放成为重要的发展趋势。音质提升需求及汽车智能化驱动的双重动力，为车载功放的发展带来较大的发展空间。

公司的发展方向是聚焦汽车声学领域原创技术及关键共性技术的研发创新及应用，围绕汽车行业运用声学技术提升驾车体验，结合声学技术与电子信息技术，构建先进技术研究院，推进核心技术攻关，在声学产品仿真与设计、整车音效设计、声学信号处理、声均衡调音、发动机降噪、路噪、胎噪的降噪以及数字化扬声器系统领域开展技术研究。

Q2、单车价值量提升的趋势，数量和价格？

答：受益于宏观经济的持续快速发展和生活水平的日益提高，购车者对于汽车的消费体验已不再局限于汽车的基础功能，针对汽车娱乐功能的体验成为影响购车者消费趋向的重要因素。声学系统作为汽车内部提升驾车体验的重要部件，整体呈现高端化的发展趋势，高功率、多通道、集成数字信号处理的功放正逐步在车载领域中得到应用，车载扬声器配置数量不断提升且高保真的车载扬声器将逐渐成为主流。

根据消费需求与整车配置情况，中高端及豪华车型对声学系统在车载功放配置、扬声器数量、产品性能指标等方面均有较高要求。中高端及豪华车型销量的增长，带动高品质车载扬声器及车载功放等声学产品的需求增加。车内音响系统对扬声器数量、品质会有很大提升（扬声器有高音、中音、低音、全频、低音炮），根据配置不同，扬声器数量在 8-20 个区间。

AVAS 是随着新能源汽车产业的蓬勃兴起而产生的相关配套产品，是目前大部分电动、混合动力等无噪声的新能源汽车的必备件。AVAS 有二种模式，一种是带控制模块，另一种是无控制模块，价格也就会有较大差异，单车数量在 1-3 个区间；单车根据配置不同，中高配置车型内还会安装一个车载功放，这样单车价格也会在 600-2000 元之间，这完全取决于车型的配置需求来确定。

Q3、造车新势力等新能源客户，对于车载音响的定制化需求？

答：随着传统造车向新势力制造过渡，新能源汽车造车技术的完善和消费者接受程度的提高，新能源汽车产销量及渗透率将有很大的提升空间。新能源汽车作为现代化汽车产业转型升级的重要标志，智能化程度较高，且较为注重车内体验，因此在人机互动和车载娱乐等汽车电子方面的投入更多，消费者对车载音响的需求与理解向高端化、娱乐化、高保真、驾乘体验感的要求方向发展，消费者对车载音响的升级与定制化需求的提升将带动汽车产业消费结构不断发生变化，中高端及豪华车型销量占比呈现增长态势。

Q4、公司对于新技术的储备？

答：公司与代表着国内外先进技术和前沿产品需求的汽车制造厂商及电声品牌商保持着深度、稳定的合作关系，产品开发过程嵌入整车开发周期，以客户需求作为技术创新的来源，基于客户及市场的反馈，不断攻克技术难题，提升产品技术水平，形成“需求—创新—科技成果”的转化模式。同时，公司结合声学行业及下游需求情况把握行业热点技术动态，进行前瞻性技术开发，开发成果在需求型产品开发过程中进行应用或形成一定的技术储备。在客户需求导向及自主研发创新相结合的研发理念下，公司技术水平不断提升，研发成果不断积累，在声学领域已拥有从声学产品仿真与设计、整车音效设计、声学信号处理技术到数字化扬声器系统技术四个方面的多项核心技术。

基于声学产品仿真与设计、整车音效设计平台所开发的产品已在汽车领域得到产业化应用。声学信号处理技术平台

的部分音效算法、移频算法、声浪模拟算法已在公司车载功放及 AVAS 产品中得以产业化应用，提高了公司在汽车电子领域的竞争力。主动降噪算法、多区域声重放技术、扬声器阵列宽带声场控制技术及数字化扬声器技术为公司重要的技术储备。

Q5、公司产品的核心竞争力？

答：公司车载扬声器主要面向汽车前装市场，为不同车型定制扬声器产品方案。因不同车型在定位、设计理念、车舱环境、配置等方面存在较大差异，产品具有较强的定制性，能否满足客户要求是产品技术实力的重要评判标准。公司主要客户为国际汽车巨头及其合资公司、本土大型汽车企业以及知名的电声品牌商，该类客户对产品的指标要求代表着行业的前沿需求，能够满足其需求是产品技术实力的重要体现。公司产品性能指标能够达到或超过客户性能指标要求，反映了公司产品的技术实力较强。

此外，在产品具体性能指标方面，失真、灵敏度、频响曲线、Qts、谐振频率等客观性能指标的表现共同决定了声音重放的质量。以失真为例，减少车载扬声器失真一直是产品设计的重要研究方向，公司在发展中形成了针对改善产品失真的核心技术，且能在现有技术的基础上根据不同产品的定位和客户实际要求进行产品开发。公司亦围绕产品开发、结构设计、性能提升建立核心技术体系，包括声学仿真技术、新型纸盆开发技术及异型磁路系统设计等核心技术，通过核心技术的运用，优化车载扬声器的产品方案，提升产品技术实力与核心竞争力。

Q6、行业的竞争格局，有哪些主要竞争对手？

公司产品主要包括车载扬声器系统、车载功放及 AVAS。公司较早实现了车载扬声器的国产化配套，通过持续的自主创新，已具备较强的国际市场竞争能力。公司的竞争对手是在车载扬声器前装市场进行全球化配套的企业，主要包括普瑞姆、艾思科集团、丰达电机、先锋电子、台郁电子、吉林航盛等。

Q7、公司对于人才储备，哪些核心技术人才重点培养？

答：公司非常注重创新型人才团队的建设，采取人才引进和自主培养相结合的方式。公司通过持续引进技术人员和行业高端人才，增强公司整车音效设计、电子技术、结构设计、声学仿真技术、声学信号处理技术、软件算法技术等多方面人才的储备，保持研发团队的活力。同时通过开展在职培训及产学研合作，提升技术人员自身素质，以保证公司的研发活动能顺应市场趋势、紧跟技术发展方向。

Q8、公司如何推广新产品，客户的接受程度？

答：公司主要客户为国内外汽车制造厂商及电声品牌商，其对供应商设置了一定的准入门槛。公司需要通过客户对产品开发过程、产品试制、小批量生产等各阶段的认可，经客户认可且符合相关标准后方可取得量产订单。

公司主要客户审核供应商时，以 IATF16949 质量管理体系为基础，基于 VDA6.3、BIQS、MMOG 等行业配套准则与自身的特殊要求，结合供应商技术研发实力、产品制造能力、产品交付能力、质量控制体系及售后服务能力等方面进行现场审核及相关认证工作。公司通过认证后方可进入客户的供应商体系，获得合作机会。客户对已纳入体系的合格供应商

进行定期或不定期检查,确认供应商是否持续满足其审核标准。

目前,公司车载扬声器在全球乘用车及轻型商用车市场的占有率为 12.64%,国内市场占有率第一。公司主要客户包括大众集团(包括其下属子公司奥迪公司、宾利汽车等)、福特集团、通用集团、博士视听、标致雪铁龙、特斯拉、上汽集团、上汽大众、上汽通用、东风汽车、长城汽车、奇瑞汽车、吉利控股、比亚迪、蔚来汽车、华为金康、理想、零跑汽车等。公司先后获得了福特集团 Q1、大众集团 A 级、通用集团 BIQS 等质量认证以及通用集团杰出供应商质量奖、上汽通用优秀服务供应商、博士视听质量零缺陷供应商奖、佩卡集团质量成就奖等相关荣誉。

Q9、公司的产能规划?

答:为贴近客户,提升客户响应速度与服务质量,公司根据汽车产能分布和客户所在地区情况,分别在中国、捷克、巴西、墨西哥设立生产基地,初步形成了辐射主要汽车生产地区的全球布局。

苏州生产基地通过大量的工艺开发和生产实践,已拥有车载扬声器、车载功放、AVAS 及相关产品零部件生产的先进产能,在产品生产效率、产品质量的一致性和稳定性方面具备一定的优势,是主要的生产基地。公司在捷克、巴西、墨西哥建立低频和全频车载扬声器生产基地,通过工艺技术的标准输出实现产品全球化本地供应。

随着新能源造车新势力的崛起,公司积极加强与新老客户潜在目标项目的技术及商务沟通 and 对接,公司已获得比亚迪、蔚来汽车、特斯拉、戴姆勒、零跑、理想以及华为金康

	<p>等知名汽车制造厂商的多个车系的新项目定点信。公司根据这些客户新项目的产品从开发到获得批量供货的订单并在1-2年陆续实现批量供货的情况下，结合生产线从设计到可批量化生产需要8-12个月的建设周期，公司将提前进行产能规划准备。目前，对汽车电子产品（功放、AVAS）的产线布置已在进行中。</p> <p>Q10、客户这边开拓的思路和重点？</p> <p>答：公司产品主要面向汽车前装市场，并与国内外汽车制造厂商及其一级零部件供应商形成直接配套的供应关系，部分产品销售给电声品牌商作为品牌音响系统的部件装配至汽车中。基于客户全球化的分布特征以及与客户同步开发的合作方式，公司在中国、欧洲、北美和南美拥有一支国际化的专业团队，构建全球化、全方位的服务体系，为客户提供高效快捷的服务支持。</p>
附件清单（如有）	
日期	2021-11-07