

证券简称：艾为电子

证券代码：688798

上海艾为电子技术股份有限公司

投资者关系活动月度汇总表

(2021年9月)

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> <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） </p>
<p>参与单位名称</p>	<p> 安信基金、博道基金、才华资本、才誉资产、丹羿投资、敦和资产、工银安盛资管、光大保德信、广发证券、海富通、红杉资本、华泰柏瑞基金、汇丰晋信、建信信托、宁银理财、平安养老、趣时资产、人保养老、睿格资产、腾跃基金、天弘基金、万家基金、汐泰投资、兴全基金、寻常投资、易同投资、源乐晟、招商信诺、正心谷资本、中欧基金、中信证券、朱雀基金、博鸿投资、富安达基金、国海证券、华西证券、汇丰前海证券、民生证券、诺德基金、上海证券、太平洋证券、鑫元基金、信达证券、中海基金、中信保诚基金、汇添富基金、交银施罗德、安信证券、财通基金、财通证券、德邦证券、东吴基金、东兴证券、方正证券、国联证券、国信证券、恒越基金、景领投资、南土资产、平安银行、前海开源、湘财基金、野村资管、中金公司、中泰证券、中银国际证券 </p>
<p>时间</p>	<p>2021年9月9日 13:30-16:30; 2021年9月10日 13:30-15:00; 2021年9月14日 10:00-11:30; 2021年9月17日 9:30-11:00</p>
<p>地点</p>	<p>公司会议室</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p> 公司董事、副总经理：娄声波 公司副总经理、董事会秘书：杨婷 公司证券事务代表：余美伊 </p>
<p>投资者关系活动内容介绍</p>	<p> 第一部分：介绍公司概要、公司成长、公司团队、主要产品线等。 第二部分：问答环节： 问题1：各个产品线来看各个板块的增长性如何，音频市占率很高，后面增长来自哪块？后面射频怎么增长？ </p>

	<p>回答：公司模拟音频的市占率较高，数字音频市占率还不够，未来会逐步提升份额。音频的市场需求还在不断增加，随着 5G 技术的发展，手机立体声，IoT 领域等音频产品需求预计也会增加。IoT 已经渗入大家生活，涉及人机互动，预计未来在发声产品中能够得到广泛使用。电源管理也存在较为广阔的市场空间。射频前端部分公司将开展包括射频用开关、前端模组 FEM 在内的 5G 射频器件及 4G 射频前端模组产品的研发及产业化。，马达产品线公司于 2017 年推出国内第一款专门用于线性马达驱动芯片。</p> <p>问题 2：公司由音频功放起家，现在发展脉络是怎样演变的？技术来源是新招人还是与原有技术有关联？</p> <p>回答：都存在关联性，我们有丰富的技术储备，完整的技术梯队。</p> <p>问题 3：从终端客户的角度来看，这些芯片可以打包吗，协同效应是否存在？</p> <p>回答：会有协同效应，现在做平台化系列化，客户粘性越来越高。</p> <p>问题 4：公司的人员数量和收入规模相较之前年度有所扩大，预测未来两三年的情况？</p> <p>回答：规模方面，我们以世界一流模拟 IC 公司为榜样，这几年我们一直在技术、人员等方面进行储备。人员及其费用投入也都是前置的。未来将继续在临港建立测试中心和研发中心。我们希望未来成为可以提供全系列产品的平台化公司，实现依靠国产供应产品。</p> <p>问题 5：2019、2020 年公司人员翻倍增长，公司如何做好如此大规模的人员管理？</p> <p>回答：一方面，有经验的资深技术人员带新人，做产品系列化开发，逐步演进培养；另一方面，通过专业知识培训，提供有针对性的课程，由资深技术专家和丰富经验的技术人员授课，并聘请外部资深管理专家进行薪酬体系、干部体系等系统级建设。</p> <p>问题 6：手机景气度问题，对于下游库存，7、8 月收入比 5、6 月环比感受？</p> <p>回答：我们的下游库存在安卓系列做到了全覆盖，对于出货我们也会结合市场和客户情况安排。</p> <p>问题 7：公司的产品有多少通过经销商销售？</p> <p>回答：公司目前采用经销为主、直销为辅的销售模式，大客户自己 design in 和</p>
--	--

	<p>技术支持，目前只有少数大客户是直供。</p> <p>问题 8：公司目前华虹 BCD 产能进展怎么样？</p> <p>回答：符合预期。</p> <p>问题 9：请介绍公司研发人员的业务分配、公司业务发展战略及定位。</p> <p>回答：艾为开设的产品线都基于客户需求及对未来产业发展的信心；市场空间很大，未来除手机外，会在 IoT、工业和汽车领域深耕。每条产品线由专业团队负责研发。</p> <p>问题 10：公司价格策略的产品优势和成本优势是？</p> <p>回答：公司主动选择红海市场，竞争激烈，对手是海外大厂。产品优势：通过在手机领域多年的积累，公司在手机端拥有丰富且齐全的产品系列。凭借低功耗、高可靠性的产品优势，公司多款产品在智能手机市场得到广泛认可，已应用于知名手机品牌客户的高端或旗舰机型。公司不断通过研发优化性能、降低成本。</p> <p>问题 11：每年新增多少料号？往工业和汽车方面拓展，料号增长速度更快？</p> <p>回答：未来拓展工业、汽车等领域，需求多样化，料号每年会不断增加。目前公司在储备人才，内部有分工，为未来工业、汽车拓展做准备，料号增速应该会更快。工业和汽车，已经有产品介入。一两年内，消费电子仍有巨大空间；先把技术框架搭好，做好产品系列化，持续拓展工业、IoT、汽车电子领域。</p> <p>问题 12：目前是否有拓宽晶圆的供应商？</p> <p>回答：已在拓宽供应商渠道，除了台积电，还和华虹、中芯国际合作。</p> <p>问题 13：财报预付款主要是为产能准备？</p> <p>回答：是的。封测、设备预付款投入。</p> <p>问题 14：目前 IoT 领域竞争情况？</p> <p>回答：国内 IoT 市场大，厂商产品冲突小。相较手机，做 IoT 会简单一些；IoT 民用多，工业对环境的稳定性要求高。</p> <p>问题 15：公司快充芯片能够做多少瓦？</p> <p>回答：最高 60 瓦每颗，100 瓦要用两颗。</p> <p>问题 16：在 IoT 领域如何拓展市场？</p> <p>回答：IoT 客户比较散，不像手机那么集中。如比较重要的客户公司会自己去开拓。除此以外，公司的经销商拥有客户资源，也会帮公司去开拓。</p>
--	---

	<p>问题 17：音频技术迭代周期多长？</p> <p>回答：大的技术变革是 3 年，产品迭代周期是 1 年左右。</p> <p>问题 18：经销商在 AIOT 业务上，是不是会变重要？</p> <p>回答：经销为主的销售模式在半导体企业中很普遍，可以帮助公司扩展 IOT 客户。</p> <p>问题 19：产能开拓情况？</p> <p>回答：BCD 工艺还是比较紧缺，我们会持续开拓。</p> <p>问题 20：公司管理情况？</p> <p>回答：每个产品线由专家带队。近两年建立和完善员工职级和薪酬体系等，我们有聘请资深专家，进行薪酬体系、干部体系等系统级建设。同时我们也建立了客户、供应链管理系统等。</p> <p>问题 21：未来拓展工业领域应用？</p> <p>回答：可靠性实验室就是为工业和汽车做准备，未来将在临港建立车规级测试中心和产品研发中心。</p> <p>问题 22：公司最近的运营状况，利润率情况？</p> <p>回答：利润率上半年相比一季度提升，4 月份开始涨价，我们开始涨价的时点相比其他公司较晚，涨价主要是为了覆盖晶圆和封测成本，公司总体毛利提升，主要是靠新品的销售量和价格的提升。</p> <p>问题 23：音频功放产品的市场情况？</p> <p>回答：音频功放产品主要应用领域为以智能手机为代表的新智能硬件领域，同时下游应用领域还包括以智能手表和蓝牙耳机为代表的可穿戴设备，以平板和笔记本电脑为代表的智能便携设备，以 IoT 模块和智能音箱为代表的物联网设备及其他智能硬件等。只要是用得上人机互动的产品，均是对音频有需求的。</p> <p>问题 24：研发人员扩张速度？</p> <p>回答：公司会持续招人，但今年人员涨幅不会像往年一样的幅度，每年会有计划地招人，这两年公司将加强人员的组织建设能力和管理能力。</p> <p>问题 25：IOT 领域主要是用到公司什么产品？</p> <p>回答：在公司的音频功放、电源管理、射频前端、马达驱动等产品都可以用到。这主要是因为 IOT 的市场比较大而且缺少集聚性。例如我们的 ODM 客户，他们其</p>
--	---

	<p>实已经有很多产品应用在 IOT 领域。</p> <p>问题 26：料号之间的毛利率有差异吗？</p> <p>回答：公司逐步平台化、系列化，每个料号之间的毛利率存在一定的差异是不可避免的。</p> <p>问题 27：是否马达的 Haptic Driver 和 VCM Driver 的毛利比较高？</p> <p>回答：是的，因为这个产品是直接用在高端机上，毛利率会比较高。</p> <p>问题 28：2023 年行业、需求情况？</p> <p>回答：我们认为市场需求会有持续增长的趋势。</p> <p>问题 29：随着产品的增加，会和同行业的厂商重合度高吗？</p> <p>回答：现在重合度不高。最重要的是取决于客户粘性和产品竞争力、服务能力，同时还有产能。公司和友商都存在各自擅长的领域，同时也存在足够的市场空间。</p> <p>问题 30：台积电价格还会有上涨吗，成本往下游传导的难度？</p> <p>回答：台积电今年一直没涨，公司将在合适的市场时机下进行适当的价格传导。</p> <p>问题 31：2019 年产品出货颗数是多少？</p> <p>回答：24 亿颗左右。</p> <p>问题 32：想了解下公司社招和校招的比例？</p> <p>回答：比例大概是各一半，模拟 IC 人才紧缺，公司会通过多立体的方式吸引人才。</p> <p>问题 33：未来公司产品线的战略重心？</p> <p>回答：公司各产品线音频功放、电源管理、射频前端、马达驱动都是公司未来的重点。</p> <p>问题 34：汽车和工业的产品拓展如何？</p> <p>回答：目前已经有工业和汽车领域的客户，随着公司在工业和汽车领域的深入开拓，未来应用到工业和汽车的产品和客户会更多。</p> <p>问题 35：应届生薪资水平情况？</p> <p>回答：我们会结合市场情况给予合适的薪资，同时我们还会给予员工多方面的激励以吸引人才。</p> <p>问题 36：华为 2020 年成为我们直供客户，之前为什么不是？</p> <p>回答：公司与华为之前是通过经销商合作，于 2020 年改为直供方式。</p>
--	--

证券简称：艾为电子

证券代码：688798

	<p>问题 37：增加晶圆的供应商的话，比如从台积电转到其他供应商，成本会是什么样？</p> <p>回答：每一家的工艺不同，但均会产生一定的成本。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 9 月 30 日