

证券代码：002446

证券简称：盛路通信

广东盛路通信科技股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：20141113

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	东方证券李珂文、万家基金耿嘉洲、国联安基金张汉毅、长安基金段志涛、华创证券樊鹏、华泰柏瑞基金李灿、易方达基金云辰、长城基金余欢、国泰君安证券李帆、南方基金邹寅隆、鹏华基金梁旻、国泰基金钟贇、青溪资产王雷、华泰资产王嵩、银华基金陈梦舒、中国银河投资郭实、长江证券田涛、长江证券李振、安信证券柳士威、建信基金邵卓、兴业证券许炎、凯思博投资苏璇、国泰基金王毅超、泰达宏利基金李泉霖、建信基金许古、中信建投证券于海宁、睿谷投资王霆、小牛资本熊丹、英大证券孙超、长江证券彭勃、上海博道投资史伟、华宝兴业基金罗彦、光大资管王海军、博时基金陈伟
时间	2014年11月13日
地点	盛路通信会议室
上市公司接待人员姓名	董事长杨华先生、董事会秘书陈嘉先生、证券事务专员廖武煜先生、合正电子市场总监蔡志武先生
投资者关系活动主要内容介绍	调研双方就盛路通信、合正电子产品情况、市场发展前景、未来合作发展等相关内容进行了交流。 一、合正电子主要产品及未来的投入： 合正目前主要的产品是 DA 智联系统，其通过与智能手机的无缝连接，可将智能手机上的应用全部投射到车载终端，实现流畅的双向控制，真正体现“智能互联、人机交互”的车载

移动互联网特点，能满足驾乘者“车安全、车生活、车应用”的需求。未来，产品将加入更多应用元素，包括应用服务，车载服务，娱乐元素等，把现在的仅仅是 APP 相连转变成可以提供服务的平台。

二、合正电子最近一个时期的客户组成：

现期我们的主要客户是东风日产，今年 9 月份又开发了广本，东本，广汽三菱等车厂客户。

三、合正电子产品在各个渠道的销量比率：

合正电子的产品有三个销售渠道，分别是前装、精品和后装。其销量比率目标设定为 1：1：1。其中精品的着装比率大概在 15%左右，有车厂的相关商务政策支持，也有比较特殊的情况，例如日产奇骏在双 11 做活动是要求着装比率达到 100%、雅阁 2.4 车型 12 月份进入前装，着装比率也是 100%。

四、合正电子明年在车厂拓展的计划：

目前已经拿到几个自主品牌车厂的前装代码，有代码才有资格参加各个车厂的招标。在招标中，合正与外资企业竞争，最终以商品力、成本控制力的优势拿下订单。目前已有多个产品正在开发，车厂是一个很有计划性的企业，一款新车型的开发需要 1-2 年的时间，而车会有一个生命期，也就是说我们的中标的产品在这个车型上同样也有销售生命期，这个销售生命期会历经上升期、平稳期和倒退期的过程，所以在前装市场的战略上，合正会大力投入商务资源、研发资源、服务资源。关于明年业务板块的规划，合正在前装、精品、后装市场上是两块同步推进，希望能在年销量过千万台的车载娱乐终端份额中占到一定的份额。合正在产品的研发尤其是前瞻性产品的研究投入是巨大的，我们在市场上的产品的画质、音质都更具优势和拥有更卓越的用户体验。

五、合正电子产品开发模式与车联网模式的区别：

我们的产品一定是基于手机、个人车主的 APP 去拓展。手机与车机相连，我们为的是占领汽车的中控。

六、盛路通信为何选择合正：

盛路通信早在 2010 年就将汽车电子作为公司的业务拓展方向并组建了相应的团队。公司的后装 GPS 天线、前装车厂天线等产品已经成功进入了十多家车厂体系。

经过一段时间的考查及相互交流，合正电子专注于产品研发与技术研发，专注于项目的发展，并取得相应的成果。盛路通信对合正电子的研发团队、技术力量、发展前景等进行了了解，并规划合正电子之后 3-5 年的发展，认为合正电子是有潜力的，盛路通信对合正电子充满信心。

七、盛路通信未来对合正电子的管理：

盛路通信将会给予合正电子充分的经营自主权，合正电子在这一行业具备更强的专业性。根据他们对市场、行业大环境

及对客户需求的了解，能够做出更符合客户需求的规划。但盛路通信会密切关注合正电子的发展，无论是在日常的合作上，还是在战略规划，经营规划上，会不断进行交流协商。通过业务的稳定发展，意见的相互交流，不断发挥协同效应。

八、合正电子产品三个销售渠道的价格差异：

精品与前装的差别不大，价格差异也不大，具体的差异主要与车厂要求相关。后装的要求要略低于前装的要求，因为不同车厂的规则不一样，包括对屏幕的要求、音质的要求、手机连接的要求、第三方协同的要求等等均不相同，价格的体系也不一样，因此会产生一定的价格差异。

九、朗赛微波军工产品的发展如何：

朗赛微波有一定的历史经历，盛路通信收购朗赛微波时，企业流失了一些产品和相关技术。但朗赛微波的保密机制、相关资质及军工生产的体系是固有存在的。经过这两年的整合，也正慢慢走上正轨，正处于逐步发展的过程中。军工产品是需要一段时间慢慢发展的，我们会继续努力，把军工产品这一块做强做大，不断向好的方向发展。

十、对 CarPc 产品以后的运用：

关于 CarPc，它还是合正电子的重要产品。CarPc 产品也会继续不断地完善升级，争取在特种行业，在特种车辆，如坦克，装弹车上发挥其应有的作用，继续发扬光大。

在这一方面，也体现了盛路通信与合正电子的协同效应，盛路通信朗赛微波拥有相关的资质和认证，会给 CarPc 产品进入特种行业带来帮助。我们也会积极组织不同的专业团队，与特种军方进行沟通交流。

十一、合正电子产品的核心竞争力：

一是其产品的领先性。从 2013 年年底 DA 手机互联智能系统上市至今，在汽车电子车载产品市场暂未看到具有竞争力的同类产品出现，高清大屏幕、高品质音效、手机连接适配性、兼容性高都体现了合正的研发前瞻性和产品领先性。

二是产品得到了相关权利认证。我们选择与车厂合作的同时其实是提高了我们的技术门槛，因为车厂有实验标准，只有满足它们的标准才是合法的。合正电子目前拿到了苹果、HDMI、蓝牙等的授权，拿到这些授权才能合法的使用，有很多企业都在拿这些授权，但是目前市场上同行业拿到类似相关授权的非常少。

三是对汽车，对手机，对客户需求的了解。DA 智联系统使得车主的智能手机能够平稳地与车机相连，这给车主提供了一个独一无二的平台。合正电子一直从客户需求的角度考虑，以不断满足客户需求为目的，提供更加快捷、方便、安全的产品，全心全意为客户服务。

十二、合正电子的产品目前主要集中于中低端车型，是否会考虑进入高端市场：

合正电子的产品目前集中于中低端车型，这主要是根据市

场占有量来考虑的。在国内,拥有高端车的客户依旧是小部分,主流还是中低端的车型。而且,合正要做强端的市场,得有两个硬指标,一个是生产的硬环境,一个是技术的硬要求。合正现在正在做相关的准备,为进入美系、德系车型获取生产条件的资格认证。

十三、DA 智联系统现在能支持的车型款数:

合正电子 DA 智联系统目前能支持的车型大概有 60 多款。未来扩大支持车型款数的技术难度应该不大。

十四、盛路通信在 2010 年传统天线业务利润为 4400 万,是否难以再创新高:

在这一方面是很难给予定论的,除去公司自身的发展,市场环境的变化、制度的改变、行业的发展等等都是影响业务量,影响利润的因素,所以我们不能轻易做出定论。

但相信盛路通信传统业务明年的利润与今年相比会有所增长,确切的数据,需要参考经营计划、预算计划等作出,但根据我们现在所掌握的资料及从发展布局上看,传统业务的利润应该会有所增长的。市场每时每刻都在变化,但我们会根据不同的变化快速做出应对对策,保持公司业务的稳定。

十五、杨总最近增持了股份,请问未来的增、减持计划:

增持计划是基于个人对公司的看法所做出的决定,合正电子正进入高速发展的时期,传统天线业务稳步发展。因此本人认为公司具备长期投资价值,看好其未来发展前景,因此增持。

本人暂无增、减公司股份的计划。若发生增、减持公司股份的情况,我们将按法律法规及时履行信息披露义务。

十六、合正电子产品产能的扩张规划:

合正电子已在筹备第二个生产车间,大概 2400 平米,计划明年 3 月投入使用,现有车间产能在 30 万台/年,两个车间总产能在 100 万台/年。

十七、合正电子是否能够独占国内市场,是否考虑进入国外市场:

我们的目标是前装、精品和后装各个板块的客户能达到 1:1:1 的比例,出货量目标在合资车厂与国内车厂间的比例为 1:1。我们的目标是每个车厂 15% 的着装比例。

目前合正已经成立海外部门,但在近 2-3 年目标还是以做好国内市场为主,之后才能考虑把产品拿来参展,进入国外市场。

十八、合正电子 DA 智联系统在网络上是否有售:

合正电子 DA 智联系统暂时没有在网上销售。

十九、合正电子应对竞争对手:

合正电子与车厂进行合作,保持着紧密的联系。我们的产品有创新的地方,符合车厂的标准以及一定的生产条件和能力,加之拥有强大的技术力量在背后给予支持,公司能拿出让客户满意的产品。我们比竞争对手快走了一步,但我们不会固步自封,会继续不断升级完善我们的产品,开拓我们的市场。

对于存在竞争。首先，我们并不退缩，甚至带有期待。因为证明我们的发展方向是正确的；其次，现在市场上还未出现能与我们的相媲美的产品；最后，我们不会主动去挑起价格战，恶性竞价。

二十、盛路人防业务未来的发展规划、产品利润率水平：

盛路人防经过这两年的发展，已经进入了良性发展的时期，拿到安防、人防、消防的相关资质和资格认证后，已经开始正式运作。产品利润率水平应该还是比较理想的。

在未来，盛路人防将严格按照其发展战略及发展布局，建立起人防规范制度，掌握好核心技术，保证产品的质量，使盛路人防逐步发展，正常运作，进入一个全新的发展阶段。在做好充分准备后，还将考虑走出省外，拓展新的市场，不断发展。盛路通信也将不断对盛路人防给予支持。

二十一、2013 年 CarPc 产品销售下滑的原因：

这主要是由于钓鱼岛事件，中日关系恶化导致日系车销量下降，CarPc 产品的着装率便随之下降；另外还有一个原因是 CarPc 产品的成本较高，价格比较高。

二十二、CarPc 产品与 DA 智联系统均无 3G 联网，它们的差别：

DA 智联系统产品与 CarPC 产品相比，性价比要高，性能要好，技术更加成熟；DA 智联系统产品的成本相较 CarPC 产品要低，销售单价低，竞争力更强。

二十三、合正与航盛的关系：

车厂是一个特别讲究血缘的企业，对第一供应商的要求非常高，东风企业是航盛的第一大股东，所以航盛一直都是日产的最紧密的第一供应商，合正作为第二供应商的身份与航盛及车厂进行有效的合作，尤其在产品研发上三方的互动是良性的，这种合作关系已经维持了 4 年，相对还是比较紧密。

合正电子给车厂供货的都是成品，出货流程是日产下单给航盛，航盛再下单给合正，产品是通过航盛直接供给车厂。

二十四、盛路通信未来的激励方式：

盛路通信对员工的激励是肯定会有的，但方式仍然在不断的探索当中。如开发奖金、创新奖励、员工到国外的培训机会等等。我们也会按照上市公司规范进行一定的激励。在公司达到哪个层面便会采取相应的策略，具体情况具体分析。

二十五、合正电子产品前装、精品、后装在明年毛利率的波动及产品价格的下降空间：

毛利率的波动不会太大，明年前装的量做起来以后也不会有太大的波动，具体毛利率要视乎跟不同车厂的谈判力度。

至于产品价格的下降空间，车厂不会有强制的降价要求，我们的产品具有唯一性以及排他性，在未来一段时间内应该不会有太大的竞争对手，但是我们也不会固步自封。当然，在量大的情况下，我们也会有价格的下降空间。

二十六、合正电子产品所适车款是定制的，那是否存在盈亏平衡点，是否能达到：

	<p>存在盈亏平衡点是肯定的，每一个产品都有盈亏平衡点。我们会锁定一个目标，一年的出货量，销售量，然后确定价格，制作产品设计方案。</p> <p>二十七、合正目前产品主要是针对乘用车，是否有计划进入商用车市场特种行业市场：</p> <p>合正在特种行业市场的研发有近3年的准备，预计明年会陆续推出，在商用车方面也已经在接触。现阶段主要做好乘用车的产品，专注于实现打通手机与车机的互联，并着重在车载APP上下功夫，例如我们的iOS设备上的Smartlink会有很多类似的应用融合进入，如在手机端实现提前设置导航的目的地、收藏常去地点、对餐饮、服务站等POI的搜索，并且这个APP是无法删除的，删除之后就无法实现手机与车机的互联，目前我们有两个APP，一个是安卓的“汽车智联”APP，车机上就能实现自动推送及安装，另外一个是在iOS设备上的“Smartlink”APP，使用苹果设备的车主可在苹果的应用商店上下载。</p> <p>二十八、合正电子认为与同行相比，其产品的领先时间为多长：</p> <p>合正电子认为我们的技术与同行相比，大概会领先半年。</p> <p>二十九、谷歌推出的Android Auto与合正的DA手机互联智能系统的区别：</p> <p>不管Android Auto还是苹果的Carplay将来都会是我们产品的一部分，目前我们正在和苹果沟通，申请Carplay。Android Auto和Carplay的产品理念开局限性非常大，对手机要求较高、对APP应用也有二次开发的要求，而合正的产品目前对手机的要求并不高，Android Auto和Carplay的技术实现合正不一样，我们是兼容的理念，不管车主是苹果手机还是Android手机，我们的产品设计目标就是高兼容、高融合、高体验度。目前Android Auto和Carplay还没商品化，因为车机是一个很特别的产品，他不是手机厂家想怎么做就，就能实现的，车机是完全独立的完全区别于消费类电子的产品。</p> <p>本次投资者关系活动中没有发生未公开重大信息的情况，同时已按深交所要求签署调研《承诺书》</p>
附件清单(如有)	本次特定对象调研未发生使用演示文稿、提供文档的情况。
日期	2014年11月13日