共达电声股份有限公司
关于重大资产重组媒体说明会召开情况的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

共达电声股份有限公司（以下简称“公司”、“上市公司”）于2018年12月3日在公司指定信息披露媒体和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）披露了《关于召开媒体说明会的公告》（公告编号：2018-088）。2018年12月4日下午15:30，公司在深圳证券交易所召开了重大资产重组媒体说明会，会议由公司董事会秘书王永刚主持，出席说明会的人员如下：

中证中小投资者服务中心有限责任公司的领导：高级经理石妍，经理李靓。

出席本次媒体说明会的媒体代表，包括：中国证券报、证券时报、证券日报、上海证券报、21世纪经济报道、第一财经、投资者报、华夏时报、集微网、界面、全景网

上市公司、标的公司及各方机构代表，包括：

上市公司出席人员：董事长谢冠宏、财务总监郑希庆、董事会秘书王永刚

交易标的万魔声学科技有限公司出席人员：首席投资官傅建井、财务总监乔超，市场总监张林林，法务总监李兵

中介机构代表，具体包括：

独立财务顾问代表：中银国际证券股份有限公司（以下简称“中银国际证券”）吴宗博；

法律顾问代表：北京市时代九和律师事务所（以下简称“时代九和”）韦微；

审计机构代表：华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称"华普天健"）胡乃鹏；

评估机构代表：中同华资产评估有限公司（以下简称"中同华"）吕艳冬。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

公司及相关各方在说明会上详细介绍了本次重大资产重组方案，并就市场及投资者关注的问题进行了解答。现就本次重大资产重组媒体说明会的主要发言、问题及答复情况整理如下：

一、中银证券吴宗博介绍公司本次重大资产重组方案。

二、中银证券吴宗博对本次交易的必要性、交易作价的合理性、承诺履行及上市公司规范运作等情况进行说明。

三、上市公司董事会秘书王永刚对交易标的及其行业情况，以及本次重组中上市公司董监高忠实、勤勉义务的履行情况进行说明

四、万魔声学实际控制人、董事长谢冠宏对公司报告期生产经营情况和未来发展规划进行说明。

五、独立财务顾问中银证券代表吴宗博对本次重大资产重组的独立财务顾问的核查过程及核查结果。

六、时代九和律师事务所代表韦微律师对本次重大资产重组的核查过程和核查结果进行说明。

七、华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）代表胡乃鹏对本次重大资产重组的核查过程和核查结果进行说明；

八、中同华评估公司代表吕艳冬对本次重大资产重组就拟置入资产的估值假设、估值方法及估值过程的合规性，以及估值结果的合理性进行说明。

九、投服中心现场提问，相关方对提问进行了答复。

十、参会媒体现场提问，相关方对提问进行了答复。

具体内容详见本公告附件：

《附件一：公司及相关各方在现场发言的主要情况》；

《附件二：投服中心现场提问及相关方答复的主要情况》；

《附件三：参会媒体现场提问及相关方答复的主要情况》。

公司将于本次媒体说明会召开后的两个交易日内在互动易刊载本次媒体说明会文字记录。公司指定的信息披露媒体为《证券时报》、《证券日报》、《中国证券报》、《上海证券报》和巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)】。公司所有信息均以在上述指定媒体披露的信息为准，敬请广大投资者注意投资风险。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

特此公告。

共达电声股份有限公司

董　事　会

2018年12月4日

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

附件一：公司及相关各方在现场发言的主要情况

中银证券吴宗博介绍公司本次重大资产重组方案

（一）方案概述

本次交易前，万魔声学通过子公司爱声声学持有上市公司共达电声15.27%股权（即共达电声5,498万股股票），爱声声学为共达电声的控股股东，万魔声学为共达电声的间接控股股东。万魔声学已经与爱声声学少数股东凤翔金控签订股权收购协议，收购爱声声学1.10%股权，爱声声学成为万魔声学的全资子公司，之后万魔声学将通过吸收合并或直接清算注销爱声声学等方式直接持有共达电声5,498万股股票。

本次交易中，共达电声拟通过向万魔声学全体股东非公开发行股份的方式收购万魔声学100%股权，从而对万魔声学实施吸收合并。共达电声为吸收合并方，万魔声学为被吸收合并方。本次交易完成后，万魔声学将注销法人资格，共达电声作为存续公司，将承接（或以其全资子公司承接）万魔声学的全部资产、债权、债务、业务、人员及相关权益；同时，持有的共达电声5,498万股股票将相应注销。万魔声学的全体股东将成为共达电声的股东。

（二）本次交易构成关联交易、重大资产重组和重组上市

1、本次交易构成重大资产重组

本次交易拟购买标的资产万魔声学100%股权的交易作价为340,950.00万元，扣除持有的上市公司15.27%股权预估值29,799.16万元，占上市公司2017年度经审计的合并财务会计报告期末归属于母公司所有者权益46,731.62万元的665.83%，超过50%。根据《上市公司重大资产重组管理办法》的规定，本次交易构成上市公司重大资产重组。

2、本次交易构成重组上市

由于本次交易发生在上市公司控制权发生变更之日起60个月内，且拟购买标的的交易作价占上市公司2017年度经审计的合并财务会计报告期末归属于母公司所有者权益的比例超过100%，根据《重组办法》的相关规定，本次交易构成重组上市。

3、本次交易构成关联交易

本次吸收合并的交易对方中加一香港、HKmore、万魔冠兴、万魔应人、万魔

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

人聚、万魔顺天、万魔恒青为公司实际控制人谢冠宏实际控制的公司，此外，其他交易对方中深圳南山鸿泰股权投资基金合伙企业（有限合伙）、People Better Limited、嘉兴嘉为投资合伙企业（有限合伙）将成为持有共达电声5%以上股份的股东，根据《重组管理办法》、《上市规则》、《上市公司关联交易实施指引》的相关规定，本次吸收合并构成关联交易。

上市公司关联董事已在审议本次吸收合并交易相关议案时回避表决，上市公司关联股东将在股东大会审议本次吸收合并交易相关议案时回避表决。

（三）本次交易的预估及作价情况

本次交易的评估基准日为2018年10月31日，截至本预案签署日，有关标的资产的评估工作尚未完成。经初步预估，本次交易标的预估值情况如下：万魔声学100%股权对应的净资产账面值90,344.92万元，预估值为301,350.00万元，预估增值为211,005.08万元，预估增值率为233.56%。因目前评估工作尚未完成，上述预估值不代表标的资产的最终评估价值，最终交易价格将以评估报告中载明的评估结果为基础，经交易各方协商确定。

（四）本次交易尚需履行的审批程序

本次交易尚需履行的审批程序包括：

1、本次交易的相关资产审计、评估等工作完成后，交易各方签订补充协议，并履行相关程序；

2、本次交易方案尚需上市公司再次召开董事会审议通过；

3、本次交易尚需经上市公司股东大会审议通过；

4、本次交易尚需经中国证监会核准；

5、各方根据相关法律法规规定履行其他必要的审批或备案程序。

上述批准或核准属于本次交易的前提条件。本次交易能否取得公司股东大会、政府主管部门的批准或核准存在不确定性，而最终取得批准或核准的时间也存在不确定性，提请投资者注意相关风险。

二、中银证券吴宗博介绍本次重大资产重组的必要性、交易作价的合理性，以及本次重组承诺履行和上市公司规范运作情况。

（一）本次重大资产重组的必要性

本次交易前，共达电声主要从事微型驻极体麦克风、微型扬声器、受话器、

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

硅微麦克风等微电声元件的研发、生产、销售，万魔声学主要从事耳机、音箱、智能声学类产品以及关键声学零部件的研发设计、制造和销售，两家公司属于产业链上下游企业。

在这种背景下，万魔声学的优质资产如能重组进入上市公司平台，将更有利于减少关联交易、避免同业竞争，实现各方利益一致，进而维护上市公司中小投资者的利益。本次交易完成后，万魔声学全部资产业务将置入上市公司，其在智能声学领域的品牌、研发及设计优势将与上市公司原有业务进行有效整合，进一步发挥双方在业务上的协同效应，从而增强上市公司的盈利能力。

（二）交易作价的合理性

本次交易按照相关法律法规的规定依法进行，由上市公司董事会提出方案，并聘请具有证券期货业务资格的中介机构依据有关规定出具审计、评估等相关报告。截至预案签署日，标的资产的审计和评估工作正在进行中。经初步预估，本次交易标的万魔声学100%股权的预估值为301,350.00万元，预估增值为211,005.08万元，预估增值率为233.56%。与近期上市公司可比交易案例相比，万魔声学预估值相对评估基准日母公司净资产的增值率低于可比交易案例的平均水平，万魔声学的市盈率具有合理性。

但要特别提醒投资者，因目前审计、评估工作尚未完成，上述预估值不代表标的资产的最终评估价值。上市公司将在相关审计、评估完成后再次召开董事会，编制并披露重组报告书，标的资产的财务数据、资产评估结果将在重组报告书中予以披露。

（三）承诺履行和上市公司规范运作等情况

截至目前，上市公司及公司董事、监事、高级管理人员作出的各项承诺均在正常履行中。本次交易前，上市公司已按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《上市规则》等相关法律法规、规范性文件的规定及《公司章程》的约定，建立健全了公司内部管理和控制制度及相关法人治理结构，包括股东大会、董事会、董事会下设专门委员会、监事会、董事会秘书、独立董事、总经理，并制定了与之相关的议事规则或工作细则并严格予以执行。上市公司整体运作较为规范，公司治理情况符合中国证监会及深圳证券交易所有关上市公司治理规范性文件的相关要求。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

三、上市公司董事会秘书王永刚对交易标的及其行业情况，以及本次重组中上市公司董监高忠实、勤勉义务的履行情况进行说明。

（一）交易标的的基本情况

万魔声学主要从事耳机、音箱、智能声学类产品以及关键声学零部件的研发设计、制造和销售，主营业务具体包括：

（1）自有品牌（1more品牌）的耳机、音箱及智能声学类产品的设计研发、制造和销售。截至目前，1MORE自主品牌耳机产品包括入耳式动圈耳机、入耳式圈铁耳机、头戴式耳机、蓝牙耳机及户外音箱等产品，形成了丰富的产品体系。

（2）ODM模式（采用双品牌或贴牌）的耳机、音箱及智能声学类产品的研发、设计、制造、品控和交付。万魔声学的ODM业务主要是为小米、华为（间接客户）、爱奇艺、华硕、酷我、咕咚、网易等知名客户进行耳机、音箱等产品的研发、设计、制造、品控和交付，产品系列包括活塞式耳机、圈铁耳机、蓝牙耳机、智能无线耳机、智能语音音箱等。

（3）关键声学零部件的研发、生产与销售。万魔声学销售的耳机关键组件包括动铁、动圈、MEMSMIC等。万魔声学是动铁单元喇叭的先驱者，在业内率先将其导入批量生产阶段，将昂贵的动铁耳机做到普通消费者都可以负担的价格水平。

（二）交易标的的行业情况

按照证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），万魔声学所处行业为“计算机、通信和其他电子设备制造业”；按照国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB-T4754-2017），万魔声学所处行业为“计算机、通信和其他电子设备制造业”中的“电声器件及零件制造”。

近年来，在手机、平板电脑、笔记本电脑等终端电子消费设备迅速增长的背景下，电声产业也迎来了高速增长的市场需求。根据IDC国际数据公司（International Data Corporation）的数据，2017年全球智能手机供应商共销售了14.72亿部智能手机。智能手机等电子消费设备出货量维持高位及更新换代速度不断加快，使得消费者对耳机等配套电声产品的需求量不断增长。

此外，在人工智能技术飞速发展的浪潮之中，具备语音交互功能的智能声学产品已成为智能化生活方式的重要入口。亚马逊的Echo产品、天猫精灵方盒等智能音响产品的持续热销，再次预示了电声产品正在成为互联网的“声入口”。随

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

着机器学习等技术被进一步应用在智能电声领域，未来智能电声产品可以进一步提升语音识别和语义理解的准确程度，在人工智能产业中将扮演更加重要的角色。

（三）上市公司董事、监事及高级管理人员忠实、勤勉义务的履行情况

首先，负责本次交易及相关事宜的上市公司董事、监事及高级管理人员在认真履行自身本职工作的同时，也就交易方案进行了系统的梳理和全面的论证，对方案的可行性、方案实施的后果、方案对股东和公司的影响进行了充分的分析，最终大家就重组方案形成了较一致的意见。

其次，为了推动本次重大资产重组工作的顺利推进，公司董事、监事和高级管理人员认真审核中介机构提交的各项文件，对中介机构提出的问题和解决建议进行认真分析，并严格履行信息披露义务，推动了本次重大资产重组工作的顺利进行。

最后，上市公司履行了董事会等内部决策程序，相关会议的召集召开程序、表决程序及方式符合国家有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

四、万魔声学实际控制人、董事长谢冠宏对公司报告期生产经营情况和未来发展规划进行说明。

万魔声学公司是由我开创的，这五年来一直是我跟团队在经营，我一直在消费电子产品领域，在富士康十年，是事业群级总经理，开创了Ipodtoch等，对产品比较熟悉，公司长期经营价值我也比较熟。

万魔声学这几年业绩及盈利一直持续成长，从原来比较大的客户，ODM到1more品牌走出国门。目前1more是24-28个国家间形成了很好的品牌形象，近期，《消费者报告》夏季便携式耳机排行榜出炉，数个国际知名品牌耳机上榜，中国原创耳机品牌1MORE万魔一举拿下两个第一，之后有越来越多合作伙伴进来，除了华为以外，还有亚马逊、华硕、京东，腾讯系，发展还算顺利。当然，也有大趋势的帮助，2017年、2018年从有线耳机转成无线智能耳机，这部分发展非常快。尤其是我们帮几个客户做的真无线耳机。在国内除了苹果之外，我们是最成功的一个，智能音箱比较大的那几个我们都做了，这几年公司状况非常顺利。从有线转无线，从配件到智能，从只有耳机单项到智能音箱、智能声学产品，最近发布智能助听器，以目前的客户、产品摊开计算，1more是中国音箱协会这几年耳机品牌评估位于第一名。美国的消费电子展，这是全球几万家消费电子品牌都在这

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

个展览上面，去年最佳科技创新奖我们一次就得3个。今年又刚宣布，1more还是得3个奖。中国的品牌应该是没人得这样的奖得那么多个，在全世界的音频品牌也没有。所以我们这部分一直是蛮顺利的。

从一开始我们就不是买壳的观念，从一开始就是百分之百是同业整合、上下游的整合，我们产品中使用的麦克风、动铁喇叭、动圈喇叭、智能笔记本这是共达电声做的，所以我们也在评估，是不是现有厂商以外共达电声也能给我们更好的服务。

五、独立财务顾问中银证券代表吴宗博对本次重大资产重组的独立财务顾问的核查过程及核查结果。

在本次重大资产重组中，独立财务顾问从初期方案拟订起，即协调交易各方以保护中小投资者和维护上市公司股东利益为前提，进行协商和谈判。同时按照《上市公司重大资产重组管理办法》和《上市公司并购重组财务顾问业务管理办法》等法律法规的规定，对标的资产、交易对方进行详细核查，主要核查程序包括书面审查、实地调查、当面访谈、查询等，对中介机构提供的资料进行核实，并在上述核查的基础上出具了独立财务顾问意见。

六、时代九和律师事务所代表韦微律师对本次重大资产重组的核查过程和核查结果进行说明。

北京市时代九和律师事务所作为本次重组的法律服务机构，根据有关法律法规的规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，通过书面审查、实地调查、当面访谈、查询等方式，对与本次重组有关的法律事项进行了尽职调查，并将在此基础上提供相关法律意见。

七、华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）代表胡乃鹏对本次重大资产重组的核查过程和核查结果进行说明；

华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）目前正在按照中国注册会计师审计准则的规定，计划和实施审计工作，以将对被吸收合并方的财务报表是否在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映其财务状况、经营成果及现金流量发表审计意见。截至目前，审计和各项核查工作尚在进行中。

八、中同华评估公司代表吕艳冬对本次重大资产重组就拟置入资产的估值假设、估值方法及估值过程的合规性，以及估值结果的合理性进行说明。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（一）评估方法的合规性

万魔声学隶属于电子设备制造行业，公司具有较强的研发能力，所拥有的技术、客户资源、商誉、人力资源、市场拓展能力等无形资产价值并未在账面资产中完全反映，资产基础法评估时无法客观地反映公司整体资产的获利能力价值，而收益法和市场法则可以相对全面、合理的体现企业的整体价值，因此，本次以采用收益法和市场法进行评估。

考虑到万魔声学经过多年的发展，已逐渐形成了自己特有的经营理念、经营策略和经营方法，并拥有相对稳定的技术研发团队、管理团队和一定的客户资源。评估师经过对万魔声学科技有限公司财务状况的调查及历史经营业绩分析，结合本次资产评估对象、共达电声拟吸收合并万魔声学股权的评估目的，适用的价值类型，经过比较分析，认为收益法的评估结果能更全面、合理地反映万魔声学的所有者权益价值，因此选定以收益法评估结果作为万魔声学的股东全部权益价值的最终评估结论。

（二）评估过程与核查过程

评估人员在执行估值业务规程中，遵循法律法规，恪守独立、客观和公正的原则。评估人员在对估值对象产权持有者及管理层提交的盈利预测所涉及的相关重大方面的预测逻辑和计算过程进行了核查，并采用通用的估值模型进行了估算。在估值过程中执行了询问、核对、监盘、勘查、检查等方式进行调查，获取评估业务需要的基础资料，了解评估对象现状，关注评估对象法律权属。同时，履行了分析和计算等核查程序。因此，本次评估过程符合《资产评估执业准则》等相关规章制度及法律法规的要求。

（三）评估结果与核查结果

截至目前，与本次重大资产重组相关的评估工作尚未完成，评估结果将在后续出具的《评估报告》中体现。本次重组中万魔声学100%股权预估值为301,350.00万元，以扣非后净利润和预测期净利润为基础计算的万魔声学市盈率，与可比交易案例和同行业上市公司市盈率相比具有合理性，万魔声学所处行业发展情况良好，核心竞争力较为突出，本次预估值具有合理性。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

《附件二：投服中心现场提问及相关方答复的主要情况》

尊敬的共达电声及相关方领导，中介机构、媒体界的朋友们，大家下午好！

刚刚听取了共达电声及相关方和中介机构的说明，我们对本次重组上市交易情况有了进一步的了解。会前，我们对本次重组预案和已知的公开信息进行了研究，下面请上市公司及相关方进一步解释以下几点问题。

一、预测净利润跳跃式增长的合理性

根据公司对深圳证券交易所重组问询函部分问题的回复，标的资产万魔声学管理层预计未来五年净利润金额分别为1.5亿元、2.2亿元、2.8亿元、3.5亿元和3.8亿元，而预案披露，万魔声学2015年度、2016年度、2017年度以及2017年1-10月净利润分别为3401.60万元、2598.73万元、3697.21万元以及3018.71万元，即万魔声学2019年净利润将实现近314%的同比增长，未来五年的复合增长率约为26.16%，而万魔声学2015-2017年度净利润复合增长率仅为2.8%，预测利润增长同历史数据相比差异巨大，尤其在2019年，几乎呈现跳跃式增长。

万魔声学产品包括耳机、音箱、声学组件等，主要产品为耳机，分为ODM代工产品以及自有品牌耳机产品，2018年1-10月，ODM业务销售金额占比高达79.62%，自有品牌占比仅16.44%。在竞争较为充分的耳机市场，其自有品牌定位较为中高端的1MORE虽占有一定市场份额，但对于耳机这样技术壁垒低而品牌壁垒高的产品，短期内依靠销售占比不高的自有品牌实现市场份额的突变从而实现利润跳跃式增长并不现实。由此推断，万魔声学明年要实现净利润将近314%的增长，只能依靠ODM业务，而ODM业务要实现倍数级增长所依靠的要么是毛利率的跳跃式增长，要么是订单的倍数级增长。在行业内代工毛利率普遍偏低的情况下（例如典型公司工业富联2017年通信网络设备毛利率仅13.65%），如果要实现ODM业务毛利率的跳跃式增长，请相关方结合万魔声学为小米、华为等手机厂商代工的历史数据说明毛利率的增长是否公允合理。如果ODM订单将实现倍数级增长，请相关方说明新增订单主要来自哪些厂商，万魔声学与之是否有明确的供货协议，以及承诺期满后是否具备可持续性。

二、业绩承诺期满后盈利是否可持续

万魔声学销售金额占比高达63.16%的第一大客户为小米公司，根据小米公司的三季报数据，智能手机毛利占比仅为33%，同比去年大幅下滑了25个百分点，

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

毛利率仅为6.1%，同比下滑5.6个百分点。

在智能手机毛利率已经很低的前提下，小米很难向供应链公司大幅让利，万魔声学为其代工的毛利率在长期很难有大幅度的增长。如果继续依赖订单，即使万魔声学在业绩承诺期内能够拿到足够的ODM订单完成净利润跳跃式增长，在行业代工厂替代性极强的大环境下，委外订单势必面临激烈的竞争以及瓶颈的到来，如无其他大客户的介入，其ODM业务增长上限理论上不会超过小米智能手机出货量增速，而小米手机在国内出货量已经出现下滑，国际市场能否继续维持高增速存在不确定性，即万魔声学ODM业务份额的增长上限可能会提前到来。此外，万魔声学并非小米生态链中唯一的耳机供应商，那么请相关方说明，万魔声学三年业绩承诺期满后如何继续维持26%的高增长，是否将成为小米唯一的耳机供应商。如有潜在大客户，是否有具体协议保障ODM订单的可持续性，如不能保障订单的持续增长，上市公司可能会面临业绩承诺期满后的业绩下滑，中小投资者利益可能会受到损害。

答复：万魔财务总监乔超

首先，关于利润跳跃式增长。我们发的预案和对深交所的回函里面，涉及到2015年、2016年、2017年三年期的净利润，这是扣非前的。在预案里面，包括在回函里面也谈到了，扣非以后以2017年为参考，2017年扣非前是3600多万。因为这里面存在股份支付的影响，股份支付的影响达到2500多万。实际上净利润应该在将近7000万的水平，也就是扣非后的净利润。2018年，现在只有1-10月份的数据，现在披露出来的是3000万利润。

消费电子行业，大家都知道它有季节性，一般四季度会是销售发货的高峰期，产品也从有线向无线转型，所以我们很多的新品也是集中在四季度发，因为比较高的毛利。11月份，现在报表还没有出来，但是已经完成了比较好的收入。按照我们回函里面的预测，2018年净利润预测在7600万元。这是历史情况和2018年的情况。2019年，我们的预测是1.5亿的利润，基本上是翻倍的水平，达不到3倍的条约式增长。这是对数据的澄清。

第二，在2019年或承诺期如何能达到预测的利润，因为这个行业基本面还是从市场形势，现在电声行业，从消费者、从行业，以及关联行业，都对万魔声学我们在智能声学产业的发展是比较好的阶段，消费者对音质、外观、便携和舒适

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

型要求越来越高，而不仅仅是以前只是配件的概念，电声这个行业向高保真、智能化、数字化、多功能化发展。

智能手机，一年智能手机销售量全球达到将近15亿部，包括平板电脑，还有无人驾驶汽车互联、汽车多媒体，再加上可穿戴设备，还有虚拟设备，这些行业的蓬勃发展都对智能声学有着巨大的需求，市场环境处于智能声学发展较好的阶段。

万魔声学是一个技术主导型的公司，我们有200多项专利，积累了很多技术。这些技术会应市场的变化，在产品开发上、客户拓展上就能起到相得益彰促进的作用。产品上，从以前的有线，今年转到蓝牙、无线，转到真无线TWS，就是刚刚展示的黑盒产品。还有智能音箱，智能无线耳机都是在今年我们投入了大量的研发力量，未来在市场上除了苹果的iPod以外，我们的TWS在市场上是最成功的。伴随着成功的产品，包括在智能音箱、蓝牙耳机，在客户的拓展上，我们前期在小米的收入占比比较高，现在华为是我们的间接客户，其余还有互联网客户，像腾讯系的客户、网易、咕咚、爱奇艺，还有一些点上平台，像京东、亚马逊，在这些战略级的大客户上已经实现了有量产的，还有一些大的客户，在智能手机、点上行业、互联网行业，大客户这块有的取得规模收入，有的正在进入，今天我们在京东进行新品发布会。还有正在合作的国内手机巨头和互联网厂商，这些都是我们在未来三年或者五年实现销售承诺的保障。

至于合作客户和我们有没有订单的捆绑？消费品行业都有这样的规律，都是在框架下面加PO，包括在2019年的PO我们在手是有一部分，对未来的预测也是管理层和我们销售团队、产品团队在一起，就每一项产品、每一个客户针对市场占有率、针对市场环境做出逐项的分析，对于业绩承诺支撑的材料主要是依赖订单。。另一方面，和这些战略客户的形成，我刚才谈到我们是一个技术主导的公司，这类业务我们叫ODM。ODM在我们这里不代表我是代工的公司，代工的公司，客户的选择是有多样化的选择。我们的产品设计、研发和客户关联度的形成、密切的合作，是从产品需求定义开始就紧密结合在一起的，刚才谈到的我们运用的专利，我们运用的动铁喇叭、动圈，这些技术都是这些年积累下来的，这些是我们和客户能够保持长期深入合作的基本暴涨。这是在未来包括承诺期之后是不是会涉及到客户流失，或者单一大客户的依赖。我想从这个维度理解会看得更清楚一些。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

总之，未来三到五年的预测是基于对产品的理解、对市场的理解和对客户的理解做出的客观预测。也有在手的订单支持和客户合作的支撑，才能保证我们这部分的达产。

答复：万魔声学董事长谢冠宏

第一，我们跟一般的代工手机耳机厂完全不一样，从第一天就不同。手机里面放一个耳机，随后出货的这个东西，我们完全不做，那是8块、12块人民币的东西，然后随着手机浮动。我们从第一天，不管华为、小米客户，我们从不做在里面的耳机，我们做的最低端的是99元人民币小米活塞，是另外的。所以，一是我们不做手机里面的配件；二是单价高很多。我们不是ODM厂，您刚才举了几个代工厂，代工厂的利润是比较低的，我们从不做。我们从外观、设计，说直接一点连包装里的广告词，全部设计，提供总体服务。所以我们跟这些耳机代工厂是不一样的。

第二，我们跟客户的长期关系，从第一天合作到最后，我们的客户都是只有增加、没有减少，客户满意度还不错。我们现在几个客户本身他不是只有依赖手机，他本身AI、IoT，就是智能设备，这智能设备里面的灵魂完全是我们智能声学的终端，你要跟你的空调、音箱讲话，你要给你的耳机下命令，都是靠智能声学界面，所以这是我们不一样的地方。

最早2017年以有线为主，现在以无线为主，无线耳机跟智能耳机、智能音箱类的产品完全不是饱和市场的状态，而是每天都在增长。举个简单例子，苹果的TWS真无线耳机营业额竟然高达几十亿美元。我们跟重大客户之间的关系越来越紧密，我们是第一个生态链公司，这个模式是我们创立的。但从以前到现在，我们跟客户的订单只有增加，没有减少，合作的项目只有增加，没有减少过。除了产品、营业额增加之外，现在还开始供应手机中的声学零组件，合作形态更为紧密。

本来其他类营业额的配比越来越高，我不知道手机怎么样，但配件部分一直在成长，没有减缓。

谈到利润部分，2017年可能大家有误解的地方，2017年我们的税后净利润是7000万。当时是因为我们2015年开董事会的时候就已经规划股权激励措施，拆红筹股回来中国，因为我们的方向是到中国上市，没有到美国，我们对自己的经营

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

正规性还是比较有信心。所以在中国上市。我们审计师的建议，就是把以前股权承诺部分在2017年一次做掉，所以减了扣非2500万，因此看起来数字比较低，事实上这部分完全没有伤害任何股东利益，股东利益还是接近7000万。2017年除了这个以外，2018年我们投入将近100人的专门做无线和智能的团队，投入非常大，其实背后利润比这个高，但是投入的开发费用特别多，跟各位报告一下，无线的部分今年就开花结果，TWS至少有4-5家客户全部用我们的，我们未来还是真无线耳机中国最大的，这没有疑问，这都还是才刚开始出货。亚马逊、华为、京东这些都不比我现有的客户群，每一个都不比它小，都蛮大的，也是年底才出货。智能音箱这一阵子会发布。最近发布的助听器一个都1000多元，1000多元的价格是很有良心的，同等产品都要好几万，这个数量比想像的庞大的不得了，这次发布会也很成功。这些部分都没有算。

我认为，从七八千万的等级升到1.5亿不是很多，我们一路从1000变3000，3000变5000。这个调整期，从有线调整为无线、再到智能，这是很大的调整。包括智盘也是一样，把整个产品线换下来，换得很成功。所以这个业绩承诺我们也很有信心。我们理解业绩承诺做不到的后果，全体股东都知道。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

附件三：参会媒体现场提问及相关方答复的主要情况

一、中国证券报提问及答复情况

我这里有这个问题，因为声学器件的竞争，前几年已经有大企业做得很好了，所以市场上是固化的竞争格局，形成几个寡头的竞争格局。这种竞争格局，我们作为一个后来者，怎么去打破现有的竞争格局？后发优势在哪里？您刚才讲到的很多东西还处于从过去的低端产品向中高端产品转变的过程中，新产品有多的大可靠度能成为业绩的有效贡献？

答复：上市公司董事长谢冠宏

万魔声学跟歌尔、瑞声行业不太一样，瑞声、歌尔和共达是电声行业一级厂商，一级厂商指品质和技术中的老大、老二、老三分别上市的公司，他们的技术相差不远。手机有几个东西是永远不会饱和的，比如镜头、镜头只有越做越贵、越做越多。比如屏幕是越做越薄、越做越贵。比如我们做的iPhone的时候才几美金，现在已经将近20美金，现在手机音质、音量也跟以前完全不同。

万魔声学虽然我们有自己研发声学零组件，两家公司组合后的发功能量会大很多，因为我们大部分零组件都是自供，比如内钻探喇叭、低四振动铁喇叭、磁悬浮喇叭，大部分是自供和供给客户，合起来能量会大很多。

二、证券日报提问及答复情况

管理层，请问万魔声学对小米的销售收入占比超过50%，但是公司表示对小米不存在重大的依赖，同时还预计2019年将小米之外的其他客户及自有品牌收入占比提高到55%左右，2020年提高到60%。请问管理层，在开发其他客户及提升自有品牌有哪些举措？谢谢！

答复：万魔财务总监乔超

客户，除了小米以外的客户，刚才谈到的几个大的客户，像京东，华为现在是我们的间接客户，还有亚马逊，这些客户的体量都都非常的大，现在已经启动了合作，未来还有更深入的合作。包括现在已经开始合作的企业，我们以技术为依托，主要是深度的挖掘。一是包括现有产品的进入，产品线的客户扩展，往深度去做，在客户新的产品线；二是新拓展的客户，我们现在和国内排名靠前的主流手机厂商，包括还有电商和大的互联网客户，前期的合作已经开始开展，甚至

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

有一部分已经进入到商务谈判的阶段。这是在客户的宽度，横向客户选择，我们会选择优质的客户、大的客户、有战略合作意义的客户。所以对小米的关注和依赖，以我们对未来几年的预测，是可以做到除了小米以外其他客户的收入占比逐步下降到50%以下的。

三、上海证券报提问及答复情况

刚刚谢总讲到两家公司合并之后能量会大很多，能不能再详细讲一下，本次交易之后将怎么整合原来上市公司业务，以及被合并的业务？会给上市公司毛利率或者其他指标上带来什么样的影响？

第二个问题，刚刚谢总有提到万魔声学的自有品牌在海外市场取得很不错的成绩。因为海外市场的耳机是红海市场状态，公司凭借什么样的竞争优势和怎么样的策略能在海外取得这样的成绩，这样成绩的可持续性？

答复：万魔声学董事长谢冠宏

我们是今年4月接受上市公司，第一季原本的亏损是1500万左右，从4月份接手一直到年底这段期间非常。接受第一季就单月盈利，到目前为止很确定是全年盈利，这在公告里也讲了，所以我们让它在短时间内更有竞争力、更健康。上市公司的技术、效率和自动化，以及新技术部分，我们本来就很用心在经营，即使不合并也是一直在做。

万魔的零组件，像我们帮华为等几个大公司做的无线蓝牙耳机，即使美国完全切断供应链，里面的半导体、算法、扬声器、动铁喇叭、麦克风我们都是可以自给自足，中国自己设计、自己制造，所以很多关键零组件共达是可以供应的。客户基础，上市公司是以华为为主的供应商，小米占的部分还是稍微多一点，还有其他各式各样的客户，美国的亚马逊等，客户对我们的一站式服务很满意。在这期间内反亏为盈的过程中客户很满意，客户也没有走掉，客户对我们提供的“一条龙”服务他们很喜欢。

中国的企业很努力，做低端耳机、山寨耳机，要不然就做代，所以利润一直不好。但我们不是，最低端的99美元，最高的199美元、249美元，美国人还是觉得便宜，我们还是有很好的利润。未来不管是亚马逊等几个重要的客户里面，智能跟无线发展得很快，运动趋势也很流行，所以这部分是迅速在成长的。

海外并没有一个中国品牌有取得我们这样的形象和成绩，因为有这样的形象和成

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

绩，我们才打算在未来几年，您刚刚谈的为什么会增长？以前我们也是很保守地在经营，比如说前四五年我们公司没有向银行借一毛钱，给供应商都是现金支付，直到帮助上市公司才开始有调整。所以我们是先累积好评和形象才大量发功。无线蓝牙耳机这部分，目前的客户群，除了原来一个以外，我们计划有四大客户以上，这四大客户用的TWS都会以我们为主。小米的生态链公司有100个，各式各样的内部竞争是有的，我们乐观其成也没有做百分之百。但是高价值、音质好的部分我们是一定要做的。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn