

证券代码：300790

证券简称：宇瞳光学

东莞市宇瞳光学科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-014

投资者关系 活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☒ 现场参观 ☐ 其他 （请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人 员姓名	深圳市恒健远志投资合伙企业 华夏基金 易方达 民生证券 互兴资本 开源证券 长城基金 招商基金 新思路投资 深圳前海博普资产管理有限公司 恒大人寿保险有限公司 盈峰资本 领创投资集团有限公司 成就资本 景顺长城 英特力资管 果岭投资 东方基金 华创证券 圣耀资本 任向东、郭粤、丘雅、周洁 吕佳玮 贾健 陈海进 刘政科 刘翔、曹旭辰、计然、 陈良栋 张大印 冯昕 雍国铁 张泽京 张珣 杨长创 董尧森 詹成、董晗、张雪薇、郭琳 黄仲广 肖流波 吴昊、张阳、李瑞、梁忻、Eric、Flyin 岳阳、姚德昌、郭一江 杨皓

	江控创富 歌斐资产 尚善资产 裕晋投资 利檀投资 明亚基金 安信基金 谢诺投资 泓铭资本 中科沃土 兆天投资 创金合信 平安基金 中欧瑞博 民晟资产 嘉实基金	刘帅 周博北 周敏 张恒 毛志伟、毛学麟 边悠 徐孙昱 郭乐颖 崔丹维 彭上 梁飞 周志敏 季清斌 郭朝峰 郭奕航 王宇恒
时间	2021 年 11 月 19 日	
地点	深圳	
上市公司接待 人员姓名	董事会秘书、副总经理陈天富	
投资者关系活动主要内容介绍	Q1：车规级产品通常验证时间较长，公司对车载产品规划的量产时间较快，目标可以达成吗？有何有利因素可以促使公司较快推出车规级产品？ A：我们对车规级产品送样及量产时间较乐观，但出货数量在起步阶段会比较少。主要有以下几个原因：一是公司对车规级产品前期有较多在研项目，少数项目接近完成，研发端进度较快；二是公司计划首推 360 环视产品，研发生产难度相对较低，360 产品通用性较好，有利于较快导入客户；三是公司引进经验丰富的汽车光学团队，在研发、生产、体系管理、客户资源方面有一定的优势；四是传统战略客户如 HK、DH、HW 等从事汽车电子、车载产品、自动驾驶系统业务，有望借助战略客户渠道介入车载市场；五是公司密集走访了数十家潜在客户、芯片厂商，对产品定位、规划清晰等。公司有信心达成较短时期进入车载前装市场的目标。	

	Q2：车载业务目前的进展情况如何？有哪些方面需要加强？ A：汽车视觉子公司正在与意向客户、潜在客户及传统战略客户智能驾驶业务部门及芯片供应商进行广泛的沟通，深入调研市场需求及产品走向，规划定位车载产品；继续引进充实车载光学设计人才，进行车载镜头项目的研发和完善，同时进行车载项目的生产试制准备工作，规划的二条生产线也在建设之中。公司的车载前装业务处于起步阶段，多方面的工作有待提升，正在有条不紊地向前推进。 Q3：车载镜头与安防镜头有何异同？ A：主要区别是在可靠性方面，车载镜头的可靠性要求比安防更严，比如耐高温要求，安防 80℃，车载可以达到 125℃甚至更高，在高温高湿的信赖性实验要求方面，车载镜头在温度 85℃、湿度 85%的条件下要经受 1000 小时的检验，安防镜头 100 小时可以满足；其次，安防目前比较流行 F1.0 的大光圈镜头，车载目前主流还是 F2.0、F1.6 光圈的镜头，像素方面总体上安防比车载高些，安防 400 万和 800 万像素占比更高，车载除了 ADAS 要求 800 万以外，其他镜头主流的还是 200 万像素；再有就是生产过程的质量控制车载比安防审验标准高出较多。其他方面与安防近似。 Q4：车载产线与安防镜头产线能通用吗？ A：虽然车载镜头与安防镜头在设计、生产工艺方面接近，但因为车载镜头的质量管理体系要比安防严格的多，因此需划分出单独的区域进行产线建设，以满足车规级产品的严苛要求。 Q5：车载镜头产线投入高吗？ A：不高。设备方面主要投入为组装设备，公司现有的非球面玻璃镜片模压设备、注塑成型设备、镀膜设备等等及高精密光学仪器可供车规级镜头使用。 Q6：公司只生产车载镜头还是会做镜头模组？目前国内也有厂商生产车载镜头模组产品直供汽车厂商，效率更高更经济，公司是否有模组产线或规划建设模组产线？ A：目前只规划了 360 环视及 ADAS 产品，暂未规划模组产线，主要原因是前期进入车载前装市场较依赖传统战略客户及 Tier1 公司，不会从事与其形成竞争的业务。 Q7：比照手机模组厂商直供手机整机厂商的模式，若车载镜头模组成为主要的产品模式，公司未建设模组产线，将来可能在竞争中处于不利地位，公司对此有何考虑？ A：两种情况下，公司将组建模组产线，一是接受整车厂的委托生产镜头模组；二是镜头模组成为主流产品形态。公司车载业务起步阶段会更多地考虑顺畅进入车载市场的渠道。公司将密切关注行业的发展变化，顺应产业分工趋势。 Q8：公司的 VR/AR 产品的规模，元宇宙产品市场预期较高，公司是否会在相关产品上加强投入？
--	---

	A: 目前市场上流行的元宇宙概念感觉有点玄乎, 还是蛮抽象的, 总体来说涉及软件、硬件、内容、互联网、大数据、区块链、人机交互、电子游戏、人工智能、网络及运算等一大批高大上的技术和设施, 是一个复杂的产业结构, 感觉很难搞懂, 就不班门弄斧了, 当然元宇宙离不开 VR/AR 产品和技术的支持, 市场关心的可能是本公司的相关产品。 公司早期开发生产 VR 产品, 当时 VR 产品和技术尚不成熟, 体验感较差, 公司认为不具备大规模推广的条件, 暂时搁置了相关业务。随着相关技术的不断进步, 特别是在大型科技公司的带动下, 今年以来, VR/AR 市场表现可圈可点, 特别是较多科技公司、互联网公司对相关领域的争相布局, 可能预示又一个细分应用市场的兴起, 公司在原有技术储备及深入市场调研的基础上, 将投入适当资源对 VR 产品进行研发和生产。 我们不赞同过分炒作元宇宙概念, 但完全否定元宇宙也不是科学的态度, 其毕竟是对多领域先进技术的融合应用, 是新生事物, 从行业长期发展角度, 可能是个有潜力的市场, 公司对此应予以必要的关注和准备。当下“元宇宙”较敏感, 在此特别声明, 公司对 VR 产品的规划是基于对产业发展的关注而不是迎合元宇宙概念, 请勿过度解读。 Q9: Q4 及明年增长速度如何? A: Q4 的业务正常, 具体数据请持续关注定期报告。 今年全年的增速较快, 基数较高, 实施股权激励计划也将较大程度影响明年业绩, 市场也在动态变化, 很难给出一个具体的增长区间。总体而言, 行业景气度不会发生较大改变, 从全行业增速看, 若无其他条件限制(如芯片), 车载可能是增长最快的板块, 但公司明年的车载前装业务才起步, 业绩可以忽略不计, 其次是智能家居、机器视觉, 传统专业安防增长稳健。 公司将积极开拓新业务, 争取车载前装产品、VR 产品落地, 积极开发新产品如大倍率变焦新品种, 提升高像素大通光量高端产品占比, 提高经营管理水平, 挖掘增收节支、降本增效潜力。
附件清单(如有)	无
日期	2021 年 11 月 19 日