

证券代码：300613

证券简称：富瀚微

## 上海富瀚微电子股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-002

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
参与单位名称及人员姓名	安信基金 李梓昊 安信证券 程宇婷 大家资管 徐博 淡水泉投资 彭皓 海南悦溪私募 张伟 华安证券 李元晨 华泰证券 陈钰 胡宇舟 张皓怡 汇鸿汇升资产 李栋 汇添富基金 曹诗扬 玖歌投资 赖正健 嘉合基金 王欣艳 景顺长城基金 冯思捷 开源证券 梁吉华 周勃宇 农银汇理基金 俞家铭 磐厚投资 顾圣英 盘京投资 王莉 浦泓投资 唐建伟 上海人寿 方军平 太平资管 赵洋 天弘基金 洪明华 万家基金 孙远慧 新华基金 冯瑞齐 鑫元基金 韩子龙 浙商资管 谢艺菲 中海基金 谈必成 中信建投 孙芳芳 中信保诚基金 吴振华 中信证券 叶达
时间	2024年4月26日
地点	公司会议室（现场及电话会议）
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书万建军先生； 投资者关系总监吴斯文先生；
投资者关系活动主要内容介绍	<b>一、公司经营情况说明</b> 一季度公司在挑战的环境中持续努力，实现了营业收入 3.58 亿元，归属母公司的净利润 3,611 万元。 <b>二、Q&amp;A 环节</b> <b>Q：现在下游的景气度情况怎么样？</b> A：下游整体行业，我们的感受是处在一个缓慢复苏过程当中。大客户这边他们的感受大概行业是逐步见底了。 <b>Q：24 年研发费用的规划？新品发布节奏？</b>

**A:** 先说研发，这个行业的周期性比较强，公司逆周期加入研发，我们判断现在大约是行业偏周期底部的区域，因此还是持续追加这个研发投入。包括原来在周期顶峰不容易招的人才，现在也能招到，目前是研发投入的好时机。

另外从芯片的研发进度来看，就是当年的研发的投入大致会在一年半到两年以后转化为现实的产品、产生销售收入，在关于研发产品方面，首先是专用视频，专用视频技术是不断有升级和迭代的，并不是你占住了市场份额就可以一直躺在功劳簿上，如果要保持领先，你就要做不断的技术迭代。第二块，是我们看到市场上很多的创新需求是以前没有的，比如说工业视觉等这些方面的东西，公司要去布局也需要追加研发。第三块，就是一些比较革命性的，比如说大家最关注的大模型包括人形机器人等这方面的应用，迟早走入千家万户，我们在这里也要做一些技术储备，来迎接未来的这个时代。

**Q:** 请问大模型等 AI 技术的兴起，对视频处理芯片会有哪些趋势的新技术变革的要求？我们在相关技术领域有没有相应的布局？

**A:** 这是一个很宏大的问题，首先这种技术出来一定是会对整个的这个行业产生革命性的影响。我们先说 AI 方面的，比如说现在我们关注到的 ISP 在极低光的情况下，由于有了 AI ISP 这种技术，可以让你在非常黑、没有什么光线的地方看得比较清楚。这种东西在 AI 大规模推广之前也是不具备的，这就是在传统产品上的应用；另外大模型相关，我们之前也出了一款芯片，能够多模态的实现输入输出，包括联接大模型，为未来的产品落地打下了基础。

大模型是软件创新，我们这套东西是硬件创新，最后需要应用产品的，就是落地的应用场景。软件创新做好，硬件创新做好了，然后接下来就是看有什么在应用创新上。大模型会对未来带来的影响，就是一旦有比较好的应用创新出现，它的应用需求会大规模、大幅度的增加。我们公司也在努力为这个做好准备。

**Q:** 公司一季度的毛利率也会有一点波动和影响，对全年来说以及说目前看到是什么样子？以及代工的价格端成本的变化？

**A:** 公司产品的成本构成最大的是晶圆这一块，第二个是存储这一块。分开来说，晶圆国内厂其实已经去年是降过价了，目前来看就是海外的晶圆厂，就收入结构来说，它的先进制程是比较紧俏的，但成熟制程的稼动率也不是最

高的。然后根据历史经验，在行业底部的时候一般会有降价，从供需关系上来看，但目前也没有明确说会降价，所以我们只能把它作为一个隐含预期。另外，存储这边的涨价趋势比较确定，公司做了一些备货。这两个因素影响，短期来看成本会上升一些。中长期来看这两个因素交织，这是成本端的影响。毛利率还要看一个销售端的价格。销售端目前我们认为竞争还是比较激烈的，但随着行业周期的上升，需求慢慢复苏以后，价格可以逐步向下传递。所以毛利率短期内是有一定压力的，但在整个周期上行的时候，毛利率还是会上行的。然后从拉长来看，就公司从 21 年的四季度到目前为止，已经有九个季度了，其实毛利率还是维持相对比较稳定的一个状态，行业下行周期的相对稳定的表现给大家看到就是我们产品的竞争力水准，更大的时间框架来看这个数字是比较有说服力的。

**Q: 二季度为了降低存储端的成本，还会有这样的一个备货的动作吗？**

A: 该做的动作其实已经做了，短期可以享受一些长约的优惠了，再长期的话可能水涨船高起来，也就是随行就市。

**Q: 请教一个关于专业视频下游景气度的情况，因为一季度的话，可能市场包括去年的这个万亿资金可能也还没有具体的落地？那我理解是不是说到下半年的时候，可能在资金就位之后，下游的专业视频领域其实复苏的趋势会更加明显？**

A: 对公司业绩的影响，其实分两个方面，一是下游行业的需求，二是下游本身的库存状况。因为公司的产品在下游大客户那边是作为战略库存的，所以之前就是维持了相对比较高库存状态。然后目前下游客户做了库存回归的动作，也就是把库存降到更低水位。这个动作来看反映在公司一季度销售额上是有些下滑。至于客户景气度方面，其实较去年都有增长 10%，从销售来看，需求还是比较稳定的，但凡各方面情况好转，他的业绩包括对我们产品的需求可能更高。

**Q: 请问专用视频在大客户的份额情况？他们有没有自研专业视频芯片的规划呢？**

A: 我们只知道按照出片量口径统计，是所有供应商当中位居前列的。关

于自研芯片，大客户主要是做硬盘相关的，是不做视频 SoC 这一块的，因为 SoC 芯片需要非常高的研发投入，积累也要比较多，而且还有试错成本，终端厂做这块经济上未必见得合算，因此这个领域是分工专业化比较好，如果做垂直整合，未必见得在经济以及产品上的优势。这是我们自己目前看到的情况。

**Q：首先就是我们在专用视频，前端和后端的芯片的竞争格局现在有什么样的一个变化趋势？比如说像星宸科技上市的事件的影响？**

A：先说一下前后端的，首先，总体来说，由于下游的客户已经很集中了。对我们而言，行业属于高研发资本密集，然后又有规模效应，所以在芯片供应商这个格局当中也是寡头垄断，而且根据以往的历史经验，头部厂商份额会到比较集中的地步，行业 CR5（前五家厂商份额）可能已经很高了，就是说行业格局已经比较确定。但前端后端还有些不一样，后端的芯片就是录像机的那些芯片，他的实现难度比前端要高很多。后端能进的玩家其实就不多，后端产业机构 CR3 就会更高一些，就并不是什么玩家都能进来的。前端的话，能做的在专业领域其实也不是太多，但消费领域会相对更多一点。前端的产业集中度比后端的产业集中度要略低一些，是因为它的产品的技术门槛没有那么的高，但是由于各种规模效应，品牌效应也是很集中的，行业终局可能是比如说后端三家，前端五六家这样。

友商上市主要是对资本市场这边影响，友商上市以后也会正常披露他的财报，等于是投资人会有数据来佐证他自己的投资判断，相对来说算是行业透明度提高一些。同时就是这个行业的营收其实波动并不太剧烈，但是股价波动非常大。原因可能是大家对这个情况了解的不是很清楚，估值的时候确定性不高，所以估值中枢可能经常变。有友商上市以后，投资人看到更多的信息，然后估值有可比性以后，或许波动的剧烈程度会下降，然后投资人的体验可能会改善。

**Q：我们之前收购的眸芯，想请教一下眸芯现在最新的情况。以及眸芯后续在产品规划，包括市场拓展上的一些计划？**

A：今年的业绩销售情况，可参考已经公告中关于业绩承诺的披露。第二个关于眸芯在我们整个上市公司里定位，他可以做复杂的产品，眸芯这个团队是比较优秀的，前几年他们做了一些后端的产品，市场上性能相对比较优越，配置最高的一些东西都很多都是眸芯的产品了。

接下来可能要做的，比如说一些低功耗的产品，要面对更高的制程。另外一种就是可能面向新的市场的一些产品，为了面对 AI 时代，面对机器人，需要做些储备。这些比较大的芯片，很多都是放在眸芯那边做的。

**Q: 现在按下游来看的话，专业市场占我们营收的比例大概有多少？**

A: 专业市场大概占 67% 左右，这个是年报的数据。

**Q: 因为看到像消费类的 SoC 连续几个季度恢复的都还不错，我们是否考虑说后面去拓展一些消费类的市场？**

A: 其实这也就是我们正在做的，消费类的市场，首先他比较碎片化，各个应用领域层出不穷，各种创新非常多，但是每一块都看上去不是那么大。所以说去做这个市场，需要在销售上多投入一些人力物力。然后产品定义上可能需要一些更广泛、更有特点的用途。包括从竞争对手上来看，能参与消费市场的竞争对手比专业市场多，因为相对技术难度没有那么多高，所以说毛利率上就未必见得像专业的那么高。

领域内拓展当然是要去做的，因为市场很广阔，包括在海外的一些消费类市场的话，毛利率还高，我们努力的在做这方面的拓展。另外我们专门为一些消费类市场开的，比如说特别低功耗的芯片，或者说特别有成本优势的芯片等等。

**Q: 公司现在智能家居偏 IoT 领域的布局规划是什么样的？**

A: 我们判断这个是前景非常广阔的，也是值得努力的。目前比如说我们低功耗的产品，比如多目的摄像机，有的在做一些高端的智能锁，他能识别你的 3D 人像等等，安全效果就特别好，就是各方面的各种各样的应用其实很多，我们也在尽力的去拓展一些客户，拓展一些不同需求方面的市场。不仅仅是摄像机，比如说有的是门锁，有的是扫码器等等。

**Q: 后面如果说做这种消费市场的话，怎么看跟像恒玄、晶晨友商的竞争？**

A: 往细来看，各家还是有侧重点的，但看上去好像有一点相似。所以说我们在有侧重点的方向努力。我们会发现消费领域逐步也会品牌头部化，就是萤石、小米这样的，量就很大，到最后消费领域同样会诞生巨头。诞生巨头以后就是很多时候就看跟这个巨头配合的怎么样，合作怎么样，公司其实是某种

程度上讲是有先发优势的。包括凭借专业市场规模化的出货量，还有成本优势等等各方面。这一块的话其实还是有细分的，并不是完全直接竞争的，比如公司优势在于自然光的图像处理和解码，友商可能主打在音频处理，视频图像编解码等等。

**Q：公司现在前端、后端市场各自的一个份额情况？**

A：份额情况，我们这两年的特点，是后端市场的份额在比较快速提升，因为就之前介绍过的一些高端产品出来了。前端市场在继续加强，因为前端市场毕竟规模比较大，前端在加强的时候，我们相对比较谨慎，大概的思路还是就是要看重一个回报，就是做效益好的产品，不光是技术领先就可以。第二个就是小步快跑，小步快跑就是说市场有一些改进和变化的时候，我们要及时的也跟着变，满足客户和市场当前的需求，因为这个市场是在快速不断变化的。

**Q：目前在海外业务，包括说客户拓展的进展，包括说后续的规划是怎么样样的？另外出海这块的竞争格局是什么样子的？**

A：先说公司策略，出海还是从消费市场做起，海外消费市场的毛利率不错，在国内能够胜出的方案，在全球来说都是有性价比的优势，竞争力很强。具备这种市场定位以后，我们目前也是积极接洽头部客户来进行合作。出海的竞争格局目前我们感受的不是那么真切，需要等过一段时间给大家汇报。

**Q：现在在国内两家的代工厂占比情况怎么样？后续会更多的往国内去转吗？**

A：首先我们商用芯片出货量很大，所以核心的决策因素是看性价比，谁做的性价比高就放在谁那边做。目前海外的还是多一些，国内还是少一些，但是从供应链安全的角度来看，这方面的公司都有做储备。

**Q：关于汽车电子目前包括像 DMS， OMS 和 AVN 这些相关产品整体的一个进展大概怎么样？**

A：DMS、OMS 目前市占率已经比较高了。现在我们做的就是保持住市占率，等待这些应用方案的渗透率的提升，做好自己的工作，然后等待风来。环视这边之前的市占率是比较低的，今年我们独立 ISP 方案开始逐步放量，增速也比较高。到一定的规模以后，我们认为可以代表终端客户的认可，明年估计

能放一个比较大的量。

**Q: 因为现在我们已经打下了这块市场, 但是其实也有一些同行开始出现一些竞品, 我们相比起来整体的一个优势主要体现在哪里?**

A: 在相近的价格情况下, 就是我们是比较强调图像效果优势的, 独立方案能够更好的发挥 ISP 的图像处理效果, 不会受到前端 CIS 发热的干扰, 所以图像更清晰, 对终端客户来说可以给汽车选购者更好的体验, 这个是直接一眼能够看到的卖点。

**Q: 我们在 Tier1 的导入节奏大概怎么样? 今年整体方案的渗透率, 我们有做过趋势的预测吗?**

A: 具体预测比较难, 客户合作进度比较好, 整车厂目前处在一个算是洗牌期了, 有些小厂的日子就比较难过, 有些头部企业就高歌猛进, 分化比较大。我们的策略是一定要抓住头部客户, 目前来看做的还不错。未来几年随着渗透率的上升, 我们可能期待会增长高一点, 然后环视之前也介绍过, 就是我们期待明年能够有显著成果, 大概是这个样子。

**Q: 像车载 Aphy 业务这一块目前整体进度怎么样? 这个产品应该相对来说是比较难?**

A: 目前还是推进得比较顺利, 但真正量产上车是需要一个契机的, 就是头部的车厂开始应用这项技术, 对车厂来说他应用的时候要冒一定风险, 所以说可能车厂很多时候就相对保守, 最好有别人试验成功再做。所以革命性的方案, 如果能推广就是非常大的量, 但是需要车厂跨过那个创新突破点。

**Q: 下游就是汽车客户在选择 Aphy 技术的时候, 主要会考虑到哪一些因素?**

A: 考虑因素首先肯定是技术的成熟度和安全性。就是当一个新技术来用的时候, 一辆车卖出去可能要用十几年了, 所以说他怎么知道你这个东西是足够坚韧, 风吹日晒雨淋都没有什么问题, 虽然车规测试很严格, 但毕竟没有真实上车十几年过, 所以先行者推动这个东西需要花一点时间, 需要承担一点风险, 所以说更多人就是愿意等待, 愿意跟随。

第二个就是你真的上车以后, 你推动别人做这个动作以后, 还是要考虑到

	<p>性价比的问题。因为车本身是一个比较低毛利的东西，所以对那个产品的采购其实也是有一定讲究。这两个方面都满足以后，量就会放出来。</p> <p><b>Q：从毛利率端去看，因为我们产品结构里面，汽车电子可能会比我们综合毛利率要更高一些，就这一块后续去展望的话，毛利率还会进一步的提升吗？</b></p> <p>A：芯片行业通常毛利率都是随着时间的推移，同一款芯片是要降的。但是车载的东西比较特殊，首先他进入门槛很高，进来以后不会轻易换。整个成本结构里面有很多最终会回归到晶圆厂的成本，晶圆厂车载线是相对成本是比较高的，所以对晶圆厂来说属于皇帝女儿不愁嫁，所以从根本上来讲就有点阻断这个降价的趋势。所以说这块我们判断车载产品综合毛利率相对比较平稳。</p> <p><b>Q：我们有没有对车载业务未来的放量节奏做一个预判？</b></p> <p>A：我们觉得未来两三年 DMS 应该渗透率能快速上升，你会看到车里面都会上 DMS。环视这边，今年已经有初步成果，明年大概就能看到比较明显的成果。</p> <p><b>三、总结</b></p> <p>感谢大家来参加今天的电话会议，大家可以从财报上看到，富瀚微目前的业绩相对还是比较稳，财务状况、库存状况也比较好，从毛利率角度来看，诸位也可以看出公司的产品竞争力，现在又处于行业的一个比较低的位置，所以说从这个角度上看，也希望大家能够多多关注，谢谢大家。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2024 年 4 月 29 日