

# 苏州纳芯微电子股份有限公司

## 投资者关系活动会议纪要

|               |  |
|---------------|--|
| 投资者关系活动类别     | <input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动（券商策略会）<br><input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 一对一沟通<br><input type="checkbox"/> 电话会   |
| 参与单位名称        | 民生证券、浙商基金、东方证券自营、西部证券自营、光大保德信基金、招商基金、丹弈投资、交银康联资产、浙商证券资管、易米基金、东方红资管、中银国际自营、长城基金、华富基金、中信保诚基金、国泰基金、于翼资产、兴业基金、上海利幄、湘财基金、建信基金、富国基金、长信基金等  |
| 时间            | 2024年6月18日   |
| 公司接待人员姓名      | 投资者关系总监 卢志奇  |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p><b>公司经营情况介绍：</b></p> <p>纳芯微是高性能高可靠性模拟及混合信号芯片公司，自2013年成立以来，公司聚焦传感器、信号链、电源管理三大方向，为汽车、泛能源及消费电子等领域提供丰富的半导体产品及解决方案。</p> <p>从产品结构看，2023年传感器产品实现营业收入16,575.36万元，同比增长49.18%；信号链产品实现营业收入70,530.60万元，同比下降32.55%；电源管理产品实现营业收入42,780.78万元，同比下降16.08%；2023年传感器产品实现了营收的增长，主要是因为磁类传感器产品取得了较快的营收增长，随着下游领域去库存的逐步结束，今年我们也看到信号链和电源管理产品开始有较为明显营收恢复。从隔离类和非隔离类产品看，隔离类产品口径主要包括隔离器、隔离驱动等产品，2022年、2023年和2024Q1隔离类产品占比分别约</p> |

75%、61%、58%，相较于22年占比有明显下降，主要是电源管理、传感器等新产品在逐步贡献营收增量，这也代表了公司的产品品类在逐渐完整和丰富。

从下游应用领域看，汽车电子市场需求稳健增长，2023年公司汽车领域的出货量已达1.64亿颗，汽车电子领域收入占比30.95%，较上年提升约7.82pcts；2024年第一季度，汽车电子领域占比进一步提升至35.63%；工业、光伏、储能等细分市场仍处于去库存和逐步恢复阶段，2023年泛能源领域收入占比为59.52%，较上年下降约10.17pcts；消费电子领域景气度改善较为明显，2023年消费电子领域收入占比为9.51%，较上年提升约2.33pcts，2024年第一季度消费电子领域收入进一步提升至12.49%。

**问答环节：**

**Q：目前看公司各下游应用领域景气度情况如何？**

**A：**公司下游应用领域包括泛能源、汽车电子、消费电子等，23年泛能源市场营收占比约60%，汽车电子占比约30%，消费电子占比约10%，从目前情况看，下游大部分行业的库存去化接近尾声，开始逐步走向恢复增长的转变，泛能源内部的工控、电源模块等下游领域已开始逐步恢复，光储领域的部分客户在二季度也看到恢复的迹象，消费电子是最早走出去库存影响的领域，汽车电子领域则仍然保持稳健增长态势。

**Q：今年将实现规模量产的新产品有哪些？**

**A:** 今年公司将实现规模量产的新产品包括磁类传感器、供电电源 LDO、马达驱动、高/低边开关、栅极驱动、嵌入式电机驱动 SoC 等。

**Q:** 当前模拟行业竞争状况如何以及公司如何应对?

**A:** 模拟行业市场竞争仍然在，尤其与海外竞争对手的竞争，从去年三季度开始公司已连续三个季度实现了季度营收的环比增长，公司产品在关键应用场景和头部客户的市场份额仍在持续提升中。面对当前的市场竞争，首先我们会去坚守住我们的市场份额，也会不断完善我们内部的核心能力建设，比如说我们的成本管控能力，提升公司经营效率来面对市场竞争，同时我们也在积极规划更加差异化和创新性的产品，积极和行业头部客户在面向未来的联合创新方面规划更有竞争力的新产品，不再满足于 Pin2Pin 替代的产品，希望通过创新性和差异化的产品能够去改善我们的竞争情况。

**Q:** 公司在并购整合方面的布局思路及进展情况?

**A:** 公司积极关注行业相应的标的和并购机会，公司的两个并购思路：第一、聚焦主要应用赛道，帮助丰富产品品类布局，如泛能源和汽车电子方向，目前未涉及或不完整的产品品类如果有较好技术或产品储备，也是我们感兴趣的方向；第二，公司也会关注和目前公司聚焦市场方向不完全一致的标的，并偏好方向成熟稳定、在某些细分行业领域有较稳定市场位置、有较好独立经营能力的企业，这些企业能够帮助拓展公司不熟悉的市场并有较好的财务回报。公司的并购服务于业务，希望通过并购更好地帮助业务成长。

|          |            |
|----------|------------|
| 附件清单（如有） | 无          |
| 日期       | 2024年6月19日 |