

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 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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"/> 一对一沟通 <input type="checkbox"/> 电话会
参与单位名称	博时基金；财通基金；财通证券；大成基金；方正证券；富国基金；高毅资管；工银瑞信基金；光大保德信基金；光大证券；广发证券；国泰君安证券；国信证券；海通证券；华创证券；华富基金；华泰证券；华夏基金；汇丰晋信基金；嘉实基金；建信基金；民生加银基金；摩根大通证券（中国）；瑞银证券；兴证全球基金；易方达基金；银华基金；中金公司；中泰证券；中信证券等
时间	2024年8月23日
公司接待人员姓名	董事长、总经理 王升杨；董事会秘书 姜超尚；财务总监 朱玲；投资者关系总监 卢志奇
投资者关系活动主要内容介绍	2024年半年度经营情况介绍： 2024年上半年，公司实现营业收入8.49亿元，同比增长17.3%，其中第二季度实现营业收入4.86亿元，同比增长92.5%，环比第一季度增长34.18%，第二季度营收规模恢复至历史新高，同时实现增速同比转正，自2023年第三季度开始，公司季度营收已连续四个季度实现环比增长。盈利方面，2024年上半年归属于上市公司股东的净利润为-2.65亿元，其中第二季度归属于上市公司股东的净利润为-1.15亿元，第二季度公司毛利率进一步环比提升3个百分点至35.3%，在公司整体营业收入规模逐渐扩大和毛利率逐季改善趋势下，第二季度亏损同环比均有所收窄。

从下游应用的收入结构看，2024年上半年，汽车电子领域收入占比为33.51%，较去年年度占比提升约7.23个百分点；消费电子领域收入占比为13.74%，较去年年度占比提升约3.7个百分点；泛能源领域收入占比为52.75%，较去年年度占比下降约10.93个百分点；随着公司在汽车领域的持续投入，公司汽车领域营收占比持续提升，2024年上半年公司在汽车电子领域出货量已达1.33亿颗；泛能源领域营收占比较去年同期下降主要是泛能源营收同比有所下降，而汽车电子和消费电子同比增长较快所致。

从产品品类看，2024年上半年，传感器产品营收占比约11%，同比增长约11%，信号链产品营收占比约54%，同比增长约11%，电源管理产品营收占比约35%，同比增长约33%，电源管理产品营收同比增长较快，主要是LED驱动、马达驱动、功率路径保护以及供电电源等新产品持续放量量产所致。

存货方面，公司持续优化库存管理体系，2024年上半年存货金额继续下降，库存周转效率有所提升。公司持续深化和各战略供应商合作关系，联合上下游合作伙伴构建端到端产业链合作，通过应用创新、工艺优化、联合开发、产销协同构建竞争力护城河；进一步精细化供应链管理，基于数字化系统提升需求计划的准确性并同步加强供应端交付的执行效率，大幅度提升客户订单响应速度的同时，也极大降低了库存周转率。

研发投入方面，2024年上半年研发投入金额为3.19亿元，占营业收入的比例为37.61%，若剔除股份支付费用的影响，2024年上半年研发投入金额为2.16亿元，同比上升25.86%，剔除股份支付费用后的研发投入增长主要是公司为持续扩充产品线新增了研发人员所致。

公司未来将继续围绕着泛能源和汽车电子等高壁垒市场，不断投入研发拓展新的产品线，持续构建核心能力，深耕关键头部客户，构建强大的

供应链体系，坚定海外市场拓展，积极整合产业资源，精细化经营，尽快完成从产品优势向成本优势的转换，目标成为泛能源和汽车电子领域占据领导性地位的完整芯片解决方案提供商。

Q：公司主要下游市场汽车电子、泛能源、消费电子的行业景气度趋势如何？

A：汽车电子市场需求仍在持续增长，不管是整个中国汽车市场产销量，还是新能源汽车渗透率，仍处于持续提升的状态，公司在汽车市场上产品布局也非常的多，在汽车市场的增长主要还来源于汽车市场的应用拓展和产品拓展。

泛能源市场可以拆成几部分来看，首先从工控的变频伺服市场来看，库存去化已经基本完成，整个市场恢复到正常的稳健增长状态，其次数字电源、通信电源、充电桩等市场大部分客户也基本恢复到了正常需求状态。最后，整体需求仍处于低位的光储市场在 Q2 开始也看到一些积极变化，一方面是主要客户的库存水位在逐渐消耗，真实需求逐渐显现，另一方面，今年上半年看到除传统的欧美等市场需求外的亚非拉等地区，比如巴西、南非、东南亚等国家和地区的市场需求在增长，所以我们看到从 Q2 开始，光储市场的营收呈现了复苏的迹象，但是整体上还没有恢复到历史的最佳状态。

消费电子市场整体回到正常需求状态，行业需求恢复较为充分，未来长期来说应该会处在正常的需求水平，恢复到正常的行业健康增长状态。

Q：公司如何看待当前模拟芯片行业竞争格局以及采取何种应对策略？

A：当前面临的市场竞争主要包括三个方面：一是国外头部大厂如 TI 的竞争，二是国内已上市或模拟芯片头部公司的跨界竞争，三是国内尚未

上市的二三线公司带来的特定赛道竞争。针对国外竞争对手，我们的策略是坚守市场份额并不断扩张，通过牺牲部分利润维持住当前地位，并利用这段时间窗口努力构建自身的核心竞争力，包括提升产品竞争力以及建立高效低成本的运营体系。同时，在国内头部公司间竞争加剧的情况下，我们将继续聚焦于泛能源和汽车这两个关键市场，通过增强核心竞争力并拓宽产品组合，以实现差异化竞争并确立市场领先地位。

Q：2024年上半年和第二季度的营收分别按照产品品类和应用领域拆分情况？以及季度变动原因？

A：2024年第二季度营收约4.86亿元，同环比均保持快速增长：

分下游应用领域看，24Q2汽车电子营收占比32%，同比增长186%，环比增长20%，泛能源营收占比55%，同比增长67%，环比增长49%，消费电子营收占比13%，同比增长65%，环比增长19%；2024年上半年汽车电子营收占比34%，同比增长约50%，泛能源营收占比53%，同比下降约3%，消费电子营收占比14%，同比增长约68%；分产品品类看，24Q2传感器产品营收占比11%，同比增长64%，环比增长29%，信号链产品营收占比53%，同比64%，环比增长30%，电源管理产品营收占比36%，同比增长177%，环比增长44%；2024年上半年传感器营收同比增长11%，信号链产品营收同比11%，电源管理产品营收同比33%；一方面是因为去年主要下游市场客户均处于去库存状态，整体需求疲软，导致去年同期基数较低，同时公司在汽车电子、消费电子等领域需求同比仍然保持快速成长，另一方面，下游应用领域需求边际有所改善，工业自动化、光储充、数字电源等泛能源市场需求在经历去库存调整后逐步恢复，汽车电子市场需求在电动化、智能化等趋势下稳健增长，公司汽车电子领域相关产品持续放量出货，汽车领域营收保持较快增长，另外，消费电子市场景气度在经历去库存周期后快速恢复。

Q：2024年第二季度毛利率环比提升的原因？

A：二季度公司毛利率较为明显回升，主要有三个方面的原因。首先，产品结构有所优化，高毛利产品的数量增多；其次，成本端经过积极的优化改善，如消耗高价晶圆库存后的成本回归合理价位，并且得益于封装测试和供应链管理的进步，成本逐渐降低；最后，通过工程降本工作提升了产品竞争力，降低了整体成本。

Q：关于公司费用端的变化，特别是研发费用和员工扩充的节奏如何？未来的策略是否会有所调整？

A：尽管市场竞争激烈，公司仍然持续加大对研发端的投入。Q2的研发费用约为1.7亿，其中扣除股份支付后的研发费用约1.2亿，与第一季度相比略有增长。展望下半年及明年，公司将控制人员规模和费用规模的增长速度，维持研发投入并在内部流程优化和效率提升上下功夫，使得研发费用、管理费用和销售费用等保持在更为合理的范围内。

Q：存货周转率和存货减值问题当前情况如何及趋势判断？

A：近四个季度以来，存货周转天数持续下降至210多天，随着公司发货量不断增加，存货周转天数有望持续下降。此外，公司正在强化内部订单预测和生产能力，使用专业的计划管理系统和SOP，提高对市场需求的把握能力和生产计划精细度，从而降低存货积压风险。对于之前因缺货导致的库存问题和相关减值损失，随着处理进程推进以及管理水平的提升，预计这些问题的影响将逐季减少。

Q：汽车芯片国产化趋势展望？预计多久国产汽车芯片市场格局将基本形成？未来三年后汽车芯片行业的盈利能力是否会有所改善？

A：根据当前市场情况和客户需求，整个芯片产业链无论是政策层面还是企业自身经营安全考虑，汽车芯片国产化的趋势是不可逆的。当前各家公司如纳芯微及其他友商正积极拓展汽车产品品类，并且在多个关键产品上有众多公司在跟进和研发的情况看，预计大约在三年左右的时间内，国产汽车芯片市场格局将会初步形成。随着汽车芯片市场的快速发展和竞争加剧，行业将会进入更为激烈的市场价格竞争阶段，能否生存下来并形成竞争力，不仅依赖于单一产品的成功，更关键的是拥有完善的公司经营体系。因此，在这些因素的影响下，我们认为国产汽车芯片市场的盈利情况有望在未来几年有所改善。

Q：今年上半年公司在信号链、电源管理、传感器等产品方向的新产品进展情况？

A：纳芯微一直以来围绕着应用来去构建我们的产品的组合，在这个大方向引领下，我们这几年围绕着泛能源和汽车电子的应用方向，做了非常多的产品的拓展。公司在信号链、电源管理、传感器等多产品方向取得积极进展，公司磁开关传感器产品实现量产，轮速传感器已完成客户端送样测试正处于量产导入中，同时公司在绝压、表压、差压系列压力传感器方向也实现量产发货；信号链方向，公司推出了新一代数字硅麦ASIC产品，进一步拓展到手机应用，并且实现量产，公司在隔离方向也推出了高速光耦完全引脚兼容替代的隔离器产品，进一步丰富了隔离产品品类；电源管理方向，汽车主驱功能安全驱动终样产品已在多家主机厂和 Tier1 测试验证中，马达驱动、高低边开关等产品已实现量产并

	<p>规模出货，另外，在音频功放产品方向，公司首款 4 通道 75W ClassD 音频放大器产品已完成首批制样。</p> <p>Q：公司在汽车应用的产品单车价值量是多少，以及展望未来两三年可以达到多少？</p> <p>A：目前公司可提供的量产产品价值量大概在 600 元人民币左右，到年底大概能提供单车价值量大概 800 元人民币以上；目前如果所有已规划或者在研的产品并且能够顺利量产的话，大概可能还需要个三年左右的时间，我们应该有机会能够把单车价值量拉到大概 3000 元人民币。</p> <p>Q：公司后续投资并购的重点方向可能会包括哪些产品或者领域？</p> <p>A：第一，公司尚未涉及的产品品类，如果行业里面有公司做的不错，或者说有很好的研发能力，或者说有很好的产品基础，或者说有一定的市场进展，这类公司我们会考虑；第二，和我们下游应用市场具有差异化和互补性的方向，这类公司可以帮助我们拓展新的市场领域，为未来下一步的拓展和增长提供一个早期的窗口；第三，在特定市场上具有独立、健康、稳健经营能力的公司；我们会围绕以上几方面在市场上寻找并购标的和积极推进。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 8 月 26 日