

# 苏州上声电子股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

证券简称：上声电子

证券代码：688533

编号：2022-001

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他（需文字说明）
参与单位名称	华夏基金：张千洋、连骁、王睿智、季新星 东吴证券：黄细里	
时间	2022-01-06	
地点	公司二楼会议室	
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 朱文元先生 证券事务代表 鲍洁女士	
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、公司近期基本情况介绍</b></p> <p>我公司致力于运用声学技术提升驾车体验，是国内技术领先的汽车声学产品方案供应商，已融入国内外众多知名汽车制造厂商的同步开发体系。公司拥有声学产品、系统方案及相关算法的研发设计能力，产品主要涵盖车载扬声器系统、车载功放及 AVAS，能够为客户提供全面的产品解决方案。目前，公司车载扬声器在全球乘用车及轻型商用车市场的占有率为 12.64%，国内市场占有率第一。</p>	

2021年前三季度，公司管理层按照董事会制定的战略规划 and 经营计划，优化组织架构，不断加大研发力度，积极开拓国内外市场，严格控制成本，大力推进自动化建设、人才建设、信息化建设和内部控制管理。2021年1-9月，公司实现营业收入91,713.82万元，较上年同期增加22.89%；归属于上市公司股东的净利润4,432.15万元，较上年同期增加10.06%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润3,748.20万元，较上年同期增加11.45%。截止2021年9月30日，公司总资产为158,465.84万元，较上年度末增长16.85%。

## 二、访谈环节

### Q1、未来新势力造车对于声学系统配置趋势？

答：目前新势力造车单车价值量1000-2000元，配置8-20个扬声器、车载功放以及AVAS。随着现代消费观念升级与需求提升，新势力越来越重视将声学效果作为卖点，打造“第三空间”，给予个性化声学享受。

### Q2、消费类电子进入车载音响的难度？

答：由于车舱环境的特殊性，车载功放与消费类功放相比在多个方面提出更高的要求，技术门槛较高：（1）车舱环

境的复杂性使得车载功放需要通过更严格的温度、湿度、振动、防水防尘等环境测试；（2）车舱空间的有限性使得车载功放需要更小的体积及更高的功能集成度；（3）车内电子模块的日益增多使得车载功放需要更高的抗电磁干扰能力；（4）新能源汽车的续航要求使得车载功放需要更高的工作效率。

### **Q3、公司在调音市场的角色定位？**

答：硬件奠定基础，软件优化声效效果。

- （1） 扬声器核心零部件自主研发，纸盆工艺独具匠心。
- （2） 外请美国专业音效评价机构培训听音工程师，十几年丰富开发工作经验。
- （3） 软件人才储备丰富，中科院博士协助开发。
- （4） 音效模式同步开发，缩短品牌调音公司差距。
- （5） 硬件供应与调音软件一体化，附加服务增值，提高市场竞争能力。

### **Q4、公司的调音技术还需做哪些突破？**

答：公司目前的调音软件算法还需要增加一些调音的模式，比如重低音模式、摇滚乐模式、轻音乐模式等，公司计划在未来创新开发方面做技术突破。

**Q5、公司与国外竞争对手相比，核心竞争能力？**

答：核心竞争优势表现为技术优势与全球交付优势。

技术优势体现在（1）持续的自主研发能力，在声学产品仿真与设计、整车音效设计等领域掌握了多项核心技术，并且在产品开发和生产过程中得以充分应用（2）突出的同步开发能力，公司在产品开发过程中需对多变的客户需求、快速响应的市场要求和动态的产品性能指标要求做出快速反应，公司较早实现与汽车制造厂商的同步开发，并建立了同步开发管理体系，对产品从设计到质量控制的各个环节进行管理。（3）卓越的整车调音能力，公司秉持“原音重现”的理念，借助多麦克风测试系统实现精准的声学信号采集并对扬声器在声场、频率均衡及大信号等方面的表现进行测试评估，为调音工作提供重要的客观依据。

全球交付优势显著，以全球化服务架构为基础，稳定的精密制造能力和严格的质量控制能力提供支撑与保障。

**Q6、过去几年公司在全球市场的占有率一直保持在 12%左右，过去几年发展的瓶颈？未来的目标？**

答：外部因素有：新冠疫情、全球车市整体下滑、芯片供应紧张等；内部因素有：公司主动做出战略调整，削减低

端且盈利水平较低的产品订单，主攻中高端车载音响市场。

未来公司将向进一步提升车载声学产品的市场占有率目标去努力。

**Q7、公司也向特斯拉供应功放吗？**

答：只供扬声器（含低音炮）。

**Q8、公司功放产品未来是否会标准化？**

答：一般都是定制化，考虑到声道数量、散热、功率、安装尺寸等因素影响。

**Q9、AVAS 单价与车辆安装情况？**

答：40-80 元左右，由于政策规定纯电动汽车及插电式混合动力汽车必须安装车辆声响警报系统（AVAS），国内一般每车 1 个，国外一般使用 2-3 个。

**Q10、公司产能扩增情况？**

答：产能提升是公司的募投项目。公司在未来二年内针对扬声器项目会做产能的拓展和设备的更新，通过优化工艺

流程提高效率，目前产能 7000 多万只，预计扩增 20%-30% 左右。对汽车电子产品（功放、AVAS）的产能提升与产线布置已在进行中，公司计划 2022 年达到三条 SMT 线和两条总装线生产规模。

**Q11、海外制造工厂的生产情况？**

答：随着业务量的逐步提升，海外的捷克和墨西哥工厂需要对原有制造设备进行升级改造以提升自动化生产能力，以及新增扬声器低音总装线、低音炮喇叭与低音炮箱体组装线、AVAS 的组装线，用以降低生产成本、提升效率、提高盈利水平。

**Q12、未来研究团队规模情况？**

答：公司将在现有研发队伍的基础上，充分发挥公司国家级博士后科研工作站优势，大力引进和培育高层次复合型人才，不断优化人才队伍结构，建立多元化科技型研发团队，提升研发能力。公司将以先进技术研究院为平台，优化配置现有技术力量，充分调动、发挥技术人才的积极性，有针对性地开展关键性技术难题的攻关。公司将直接为产品创新、工艺创新、过程创新提供全方位的支持，促进技术实力不断提升。

附件清单（如有）	
日期	2022-01-06