

证券代码：002241

证券简称：歌尔股份

歌尔股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2018-003

| | |
|--------------------|---|
| 投资者关系活动类别 | <input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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（请文字说明其他活动内容） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 中金公司黄乐平、胡誉镜、钱燕杰、丁宁中、陈旭东、刘银银，工银瑞信基金 刘展硕，国家外汇管理局 杨如达，厚石资本 曾令秋，华夏基金 杨思汉、张钦锐，民生信托 王秀勤，鹏华基金 郭盈，上海鸣石投资 杨坤，拾贝投资 陈俊，新华基金 张永超，征金资本 唐爽，中再资产 姜通晓、张松，睿泉资本 施成，浦银安盛基金 赵宁，建信信托 王聪，江苏汇鸿资产 康思琦，南京证券 华东成，富达投资 马磊，RWC 基金 龙皓，煜德投资 姚建峰，华福证券 朱彬彬、张磊磊，UBS 于佳，UG 投资咨询公司，鲍尔太平资产管理 张子钊，富敦投资 孙通，富国基金 苗富，观富资产 万鼎山、杜渊鑫、张皓、詹凌蔚，光大证券 王希，国泰君安证券 朱晨曦，国元证券 莫春深，泓盛资产 葛星甫，花旗银行 董紫，金丰证券 潘杰，摩根大通投资 孙宏卫，南京证券 肖斌，平安资产 顾君磊，上海泓湖投资 仇达康，上海兴聚投资 白铂，申万菱信基金 张朋，施罗德基金 李文杰，天倪资产管理有限公司 陶国军，银杏资本 黄炯，永金资产 张传杰，中银基金 丁戈，中银投资 曲涵，毕盛投资 龚昌盛，丰岭资本 金斌，善道投资 张彦坤，深圳景泰利丰投资 黎来润 深圳盈泰投资 朱亚光，盈峰资本 张洵，长盛基金 钱文礼，安联投信 徐庭全，花旗银行 李喆，JAM 基金，Point72 谭凯、Yan Yan，宝盈基金 汤益纯，碧云资本 柯伟，东兴资本钟山，工商银行资产管理 Jackson，国泰人寿保险 杨程翔，海航资本 王强，宏利资产 王星海，混沌天成投资 马成，嘉实基金 许亚婷，景顺投资 邱建达，美的金融集团 张毓锋，摩根士丹利基金 沈戴，千禧资本 蒋益，申万香港资产管理有限公司 Leo，施诺德基金 Ashley Heng，威灵顿资产管理有限公司 Tommy，亚狮资本 Henry wang，易方达基金（香港）程锡杨，禹洲金控香港有限公司 程少普，正平资本 吴一心，中银保诚基金，中庸资本 Jake li，自博资产 秦阳、曾瑞银，国泰君安资产管理 赵变凯，Sky China Kelvin Zhou，毕盛资产 孙鹏、周俊恺，博道基金 姚铁睿，博泽资产 谢莹莹，富华基金 谢良武，高毅资产郑杰，华商基金 郭磊，华夏财富创新投资管理 马越，惠理基金 汪洋，交银施罗德基金 郭斐 |

| | |
|---------------|--|
| | 君禾资本 曾萌，赛博投资 闫坤，西部证券自营 杜威，鑫巢资本 柳文渊，兴全基金 陈天宇、陈奎皓，长见投资 唐祝益 |
| 时间 | 2018年10月26日下午4:30——5:30 |
| 地点 | 公司 |
| 上市公司接待人员姓名 | 公司董事长姜滨、副董事长兼总裁姜龙、董事、副总裁兼财务总监段会禄、副总裁兼董秘贾军安，证券部事务代表贾阳 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>第一部分 公司 2018 年第 3 季度业绩回顾</p> <p>公司 2018 年第 3 季度，营收略有下降，毛利率下降 0.5%，净利润下降 38%。2018 年前三季度，公司营收下降 10.5%。营收的下降影响了存货周转天数等经营指标。毛利率基本稳定，前三季度下降 0.7%。从分产品收入看，因智能耳机出货量增长，电声器件收入前 3 季度同比上涨 5 亿元。SPK 产品收入上升，毛利稳定；麦克风产品收入基本持平略有上升，毛利略有改进。电子配件下降 19 亿元，主要是 VR 产品收入下降幅度较大，毛利率也略有下降。因此产品结构占比有所变化，电声器件占比同比提高。</p> <p>公司始终重视研发，研发费用每年资本化比例约在 25-30%，今年前三季度研发投入 11.8 亿元，去年同期 11.6 亿元。研发投入保持较高水平，占 6-7%，比例稳定。</p> <p>第二部分 公司董事长姜滨先生介绍公司战略</p> <p>公司今年的前三季度业绩同比没有去年好，管理层也有压力。客观原因如 VR 等个别产品有所调整，业绩同比有所下降。业绩波动有被动原因与主动原因。歌尔始终坚持 2014 年以来的“零组件+成品”的战略，个别产品碰到市场调整属于正常情况。</p> <p>公司战略上区别于其他电子上市公司，主要有以下几点：</p> <p>1、歌尔是一家 Audio 企业，创立伊始就开始做麦克风，后来陆续做 SPK、RCV、智能穿戴、Mini SPK/RCV、音响、大 SPK/RCV、智能耳机等产品，在 Audio 领域进行全方位布局。下一步 Audio 市场份额公司还有进一步提升的空间，目标是在 Audio 方面做到全球最大。未来 TWS、AI 音箱、汽车音响拓展、家庭音响行业回归等带来很大市场机会机会，公司在声学元器件和模组市占率上拥有继续提升的空间。</p> <p>2、VR/AR 业务，虽然在 2018 年碰到一些困难，但仍看好 2019-2020 年发展。把握 Video 机遇，例如智能手机组件功能放入眼镜、可穿戴设备、智能耳机中的趋势，歌尔都积极布局。布局过程中会有反复，但从长远看，明后年智能穿戴、无线音箱会迎来大爆发。虽然 VR/AR 会有所推迟，但是仍然看好未来发展。</p> <p>3、在零组件领域，新布局半导体封装、模组封装、光学模</p> |

组等业务，加强在微电子、光学和材料方面的投入。公司过去几年明显加大了在微电子、光学和材料方面的投入，2018年、2019年还会继续加大投入。

4、智能制造重新组合布局：在生产基地方面，除山东青岛、潍坊生产基地之外，重点发展深圳、东莞华南基地，加强越南布局，在错综复杂的经济形势下保持弹性。在微电子和光学领域，9月份同青岛市政府签订协议，与青岛政府平台公司共同投资智能传感器，这些都为公司未来3-5年的快速发展奠定基础。

总结：今年的资本市场形势、产业形势都在变化。十年前智能手机推出，2011年微信推出，过去十年消费类科技产业发生了天翻地覆的变化，未来3-5年也会变化很大。公司内部正在积极进行变革，打造核心竞争力，以客户为导向进行精细化运营，努力改善未来业绩。

第三部分 公司副董事长兼总裁姜龙先生介绍公司业务发展情况

公司2018年前三季度业绩同比有所下滑，内外因都有。外因是手机行业下滑影响，竞争加剧，VR/AR行业处于暂时低谷。歌尔7个产品线，除了VR/AR和光学之外，剩下声学、传感器、Hearable、可穿戴、智能家居等领域在客户和市场份额上都取得了明显进展，为2019年成长打下很好的成长和项目基础。

1、声学业务

手机：Android和iOS平台份额都有明显提升，增量主要来自于公司竞争力的持续提升，针对Android平台推出SBS声学新产品。AI人工智能Speaker受益于行业成长。

2、传感器业务

MEMS麦克风取得了市场份额的很大进展，一方面来自于手机平台歌尔战胜竞争对手，另一方面来自于家电等新领域应用。歌尔提供算法+硬件的组合方案，获得客户认可。压力传感器也取得了较大市场份额增量。MEMS麦克风和压力传感器做成组合传感器产品得到了客户应用和市场认可。同时在做环境领域传感器，同几大主流半导体厂商进行封装领域的密切配合。公司在青岛进一步加强传感器业务布局，未来会有有效成长。

3、光学业务

AR方兴未艾，VR暂时处于行业低谷。目前公司主要进行诸如光波导等AR前沿技术的储备，等市场回暖时，公司会优先受益。

4、VR/AR业务

VR同比有较大下滑，主要原因在VR应用目前仍主要集

中在游戏领域，游戏内容发展和成品配合滞后，而在教育、地产、旅游等领域中内容开发较少。歌尔在主流客户中地位在加强，增加客户（美国、日本、韩国等）和项目合作，因此虽然市场总量在下滑但歌尔的市场地位在巩固。

AR 现在只有几个公司做 B2B 应用，还需要等待市场机会。

5、Hearable 业务

公司跟几家客户的合作获得可观的成果，有望在智能耳机收获大订单、大成长。明年会出现更有意义的成长，值得期待。

6、可穿戴业务

可穿戴行业仍然在高速成长，但呈现两极化状态，一些企业做手环，另一些企业做手表，业绩有比较好的成长。歌尔与几个大客户在合作手表业务，合作独创性手环业务，在明年将出现更加有意义的成长。此外，会带动该领域的 MEMS 传感器与 SPK 的应用，实现成品对零部件销售的拉动。

7、智能家居业务

这个业务范畴较广，包括家用游戏机、智能遥控器、Music、Video、流媒体、智能门锁、摄像头、AI 智能音箱等。该业务领域歌尔取得很好的进步，今年抓住了几个机会，如大 SPK 模组、AI 音箱整机机会（算法处理、喇叭阵列等有优势）等。

第四部分 投资者问答

问题 1：电声器件未来升级趋势？

答：未来新材料、新技术、新场景的应用仍会带来电声器件的升级。智能手机方面，客户的创新需求比前两年有所下降，更多要靠供应商为客户提供新的声学解决方案，例如公司向安卓平台推出的新产品 SBS 声学解决方案，采用研发多年的新振膜材料，性价比很高，得到客户积极响应。歌尔主动在不显著增加客户成本的同时，为自己创造更多的价值空间，实现双赢。Wearable 和 AI speaker 方面：对新材料、新技术的应用刚开始，消费者对智能音箱音质的要求，如 Hifi 和 Command 功能结合需求越来越强，由此需要更小的 SPK 和 Hifi 效果更好的 SPK，增加防水等功能，助推 ASP 提升。电声器件还有很大的创新机会，虽然暂时市场竞争加剧，但是创新机会很大，如 TWS 智能耳机、音箱、传统大喇叭结合微型电声器件产生创新产品等机会。例如某客户一个平板上有 8 个喇叭。歌尔的创新技术获得客户青睐，同时 MEMS 麦克风和传感器结合产生新组件带来新的市场机会。

问题 2：VR 会在什么时间回暖？公司在 VR 业务上的卡位、壁

垒与护城河是怎样的？

答：仍有很多客户坚定坚持在 VR 领域投资，例如日本某客户相信 VR/AR（MR）的融合会成为未来游戏主要的应用方向，短暂的市场调整可以使他们潜心内容和硬件发展，未来给消费者更佳的用户体验。此外，教育、直播、旅游等场景仍待开拓。未来 5G 给一体机（stand alone）带来很大的机会，可以离开 PC 和手机，独立运行，提高消费者的便携性。目前，市场普遍认为低迷期已经到底。经过多年发展，公司在 VR 领域拥有众多核心技术，如 Lens（光学模组），纳米压印、光波导技术等，被复制的难度相当大。

问题 3：如何理解公司 SBS 声学解决方案在安卓客户上反映很好，但是财报上却体现近几年国内收入下降？

答：近年来公司外销比例一直在提高，内销收入和安卓客户收入不是一致的。内销收入数值上成长，份额在国内客户也在全面增长。在安卓阵营的主要玩家中，公司份额在逐渐上升。

问题 4：公司全年业绩预测给出的第四季度业绩下限较为悲观，原因是什么？

答：公司按照相关法律、法规规定给出的全年业绩指引绝对数值范围比较宽，不能只看下限。

问题 5：公司长期战略受制于客户产品周期，是否会影响股东回报？公司是否考虑战略调整？

答：公司始终坚持成品+零件（算法+零件+模组+成品）的发展战略，要成为行业领先者。公司 Audio 战略既定，没有问题，竞争优势越来越明显。公司成品战略，在 VR/AR、可穿戴产品等领域生态成熟度各异，有波动是正常的，将顺应波动巩固自身优势。公司过去的快速成长，得益于成品+零件发展战略，公司拿到 VR 整机机会的基础是自制关键 Lens 模组，零件业务对成品业务有助力，反之亦然。零件和成品之间的磨合和配合需要时间和资金的投入，公司内部垂直整合的优势会在竞争中逐渐明显。

问题 6：如何看待华为 Mate 新发手机连接器同声学整合的趋势？公司有怎样的想法？

答：在过去一段时间不同器件之间出现过整合。天线方面，前两年大家普遍想做 LDS 天线和喇叭模组的整合，近来发现存

| | |
|----|---|
| | <p>在新的挑战，因此分拆趋势大于整合趋势。但 SPK 和麦克风的整合变成一个新的趋势。</p> <p>本次调研活动全部结束。</p> |
| 日期 | 2018 年 10 月 26 日 |