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：2017-001

|  |  |
| --- | --- |
| **投资者关系活动类别** | √特定对象调研 □分析师会议  □媒体采访 □业绩说明会  □新闻发布会 □路演活动  □现场参观  □其他 |
| **参与单位名称及人员姓名** | 中信资管 何信、华泰保险 李骊、蓝硕资本 王恒、重阳投资 王晓华、华创证券 张劲骐 |
| **时间** | 2017年1月19日下午2:00-3:30 |
| **地点** | 公司电声园 |
| **上市公司接待人员姓名** | 公司副总裁、董事会秘书 贾军安先生，证券事务代表 贾阳先生、公司声学零件专家、VR专家 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | 第一部分：公司副总裁、董事会秘书贾军安先生介绍公司基本情况  第二部分：公司声学零件专家介绍公司spk产品情况  声学产品的升级之一表现在声学核心部件上，核心部件的成型技术和设计能力是声学公司的核心竞争力之一。从欧美大客户的产品来看，核心部件有了很多技术的更新换代，第一是材料，耐温性逐代提高。第二是防水功能，带来材料的改变是划时代的。从传统材料升级到新材料，公司在设计、材料、成型、防水、性能方面都做了大量的工作，积累了很多技术。  声学产品的升级及欧美大客户对产品指标要求的收严，意味着公司要在材料和工艺、设备上做改进，才能做到性能和成本的平衡。比如，目前有些产品尺寸的公差要做到+/-0.02mm，新的要求导致相关的供应链也要全面升级换代，这种技术的升级在声学行业之外时感受不到的。公司在这方面有做了大量工作，积累了丰富的经验和技术储备。声学产品的门槛是相当高的，并不是想进入或者说进入之后就能够做好的。  第三部分：投资者交流问答  问题一：如何看所谓的大模组概念，以及声学模组跟天线的二合一趋势？  答：现在再提模组化趋势的说法已经不准确，主流客户的高端产品已经是模组了，低端产品主要采用单体。  声学产品跟天线二合一的模组，公司曾有过类似的量产产品。声学和天线结合与否，取决于客户出发点和设计需求。如果客户有类似的需求，公司有自己的天线研发和生产团队，在技术上完全可以配合客户。  音射频一体化在技术上是可行的，但会不会成为主流有待继续观察。一般而言声学厂商做天线的整合更合适些，天线难在设计上，设计定型后，由声学厂商把天线整合在一起更合理，但若由天线厂商整合声学产品就不一样了，振膜、音圈、磁体给天线厂商来做模组难度要大得多。二合一的模组上肯定是声学占主流，在制造上天线是声学的零部件之一。  问题二：声学技术升级，对于ASP的影响是怎样的？  答：声学技术门槛非常高。单价会提升非常多。大客户的要求日益提高，表现在性能和防水要求上，采用新的工艺、技术特性。欧美大客户追求的是科技的先进性，产品领导行业技术的潮流。每代产品的成本和售价都会有较大的提升。  问题三：声学升级有没有极限，这几年是不是就到头了？后面的追赶者会不会缩小差距？  答：不会，前面提到欧美大客户追求的是科技的先进性，所以创新的脚步不会停止。而公司始终在配合欧美大客户追求创新，普通消费者可能不知情，但每年的创新体现在方方面面，如一些最常规的工艺和设备等。欧美大客户的创新目前来看是没有止境的，每年都在变化。比如失真标准，每次都有提升。大客户追求的是的技术创新引领时代的潮流，像立体声、新材料、重低音，这些都是不断升级的结果。  问题四：歌尔的声学器件的发展是怎样的？  答：我们认为公司现在声学的发展有三个好的因素，第一就是声学市场的增长。声学技术不断升级，大量新技术的采用和升级，除了提升公司整体的综合实力和竞争力，也拉动了售价的提升，ASP也会有明显变化。第二就是中低端手机的BOX的使用率相对较低，模组化还有提升的空间。第三就是市场份额，公司在主要大客户的份额上已经占据了主要地位，在其他个别客户的份额上还有一定的拓展空间。  问题五：VR的研究人员数量是多少？  答：现在纯研发人员大概是到16年为止有400-500人左右。人才在持续引进，未来在VR、AR、光学方面都会有布局。  问题六：歌尔VR在2016年销量如何？个人认为sony VR可能主要是粉丝去买，歌尔如何看待饱和之后的市场空间？  答：公司2016年VR产品出货量完全达到预期，并且2017年出货量预计会大幅增长。  索尼有用户、有技术，PS主机的市场保有量6000万台，这对其VR产品销售是一个优势，但并不是只有这一点优势。索尼的VR产品虽然看起来比较笨重，但佩戴舒适性是最好的，说明公司的人机工程学是最好的，是行业的标杆。2017年很可能有大量的新产品都会模仿该设计。  从公司布局的客户来看，微软的体系、谷歌的体系公司一定会进入，另外还布局了互联网和PC巨头，客户方面还会有很多。从行业的层面来看，PC和手机厂都是要进入VR行业的，互联网巨头看到VR游戏的潜力也在布局，因此公司认为该行业还有很大的发展空间。  问题七：VR生产的自动化率是多少？  答：VR的生产相对来说是比较复杂的，目前公司在致力于做自动化。但有些工艺，比如说视频人工检测、产品外层包的布实现自动化难度大，因此还是采用人工。另外，目前VR产品差异很大，相对比较难去做自动化。我们在积极的尝试，公司的智能手表、手环能够做到完全的自动化，以后VR方面的自动化也会逐步加强。  问题八：公司智能音响、智能家居、可穿戴业务发展是怎样的？  答：关于智能音响战略，近几年发生了很大变化，苹果收购beats、三星收购哈曼，可以看到近几年行业重视程度是不一样的。业务上歌尔的整合还在继续，为客户ODM的量也在逐步上升。  可穿戴产品，从公司客户角度上讲，行业龙头都是公司客户，产品歌尔都可以制造。可穿戴业务2015年、2016年增长非常迅速，产品主要是手表、手环。可穿戴行业发展较慢是产业性的问题，布局该业务的客户歌尔都有覆盖，而且已经有配合领先客户数年的经验，并正在核心技术上深入布局。一旦行业出现好的发展机会，对于歌尔是利好的。  智能家居方面公司和可穿戴相差不大，目前研发、储备的东西很多。  问题九：目前MEMS传感器的发展如何？  答：公司过去是从MEMS 麦克风传感器开始做，在欧美大客户中占比很高。目前公司的MEMS传感器主要有三类，麦克风、压力传感器、惯性传感器，也能够提供组合封装的MEMS传感器。主要致力于不同种类传感器的集成化、模组化。  公司同时有芯片设计的能力，但是目前客户对于自有芯片设计能力还需验证，主要采用国外的芯片。  本次调研活动到此结束。 |
| **日期** | 2017年1月23日 |