证券代码：603738 证券简称：泰晶科技

**泰晶科技股份有限公司投资者关系活动记录表**

 编号：2024-001

|  |  |
| --- | --- |
| **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（电话会）  |
| **参与单位名称** | 淡水泉、东方阿尔法、东方基金、国泰基金、海富通基金、泓澄投资、泓德基金、华美国际、华商基金、汇丰晋信基金、九泰基金、路博迈基金、明世伙伴基金、磐厚资产、平安证券、峰岚资管、上海途灵、泰康基金、鑫元基金、兴业证券、长城财富资产、正圆投资、中华联合、中欧瑞博、中信建投、中意资产、中银资管、中邮人寿等34人 |
| **时间** | 2024年05月06日 16:30-17:30 |
| **地点** | 董秘办公室 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事会秘书 黄晓辉 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | 1. **业绩情况介绍：**

2023年，面对全球经济下行、市场需求恢复不及预期等形势压力，公司紧紧围绕年初战略和年度目标，保障了主营业务的稳步经营。首先，业绩方面，2023年营业收入7.93亿，归母净利润1.01亿，毛利率维持在26%，全年稼动率逐季度回升。2023年，有源产品销量同比增长明显，热敏产品翻倍增长。价格和毛利率均优的RTC模块出货形成增量收益。2023年二季度以来，公司积极拓展市场，提升市场占有率，特别是9月份随着国内高端品牌手机市场大量推出，公司产量得到较大提升，产能得到释放，产销量分别增长近12%。2023年，公司合计在建工程5788.27万元，同比增加约3300万元。主要是公司增加了2个厂房建设，包括独立车规产线建设，以及有源产品的扩产，目前也在筹建CNAS实验室，为汽车电子和智能终端市场开拓做好储备。2023年度的费用管控较2022年有较大提升，不考虑股权激励费用，其他费用同比减少4.29%，不考虑财务费用的影响，剩余三大费用同比减少7.87%。整体的费用率控制在12%左右。2023年度，公司存货控制在合理水位，逐季度呈下降趋势，剔除原材料的存货周转率达6.97，同比上年5.67增长22.95%。印证着公司销售效率增强，存货管理得到改善。2023年度，在当前外部经济形势背景承压，公司保持住了较强的经营韧性，具有较强抵御风险的能力。其次，从单季度业绩同比增速的角度，公司盈利能力得到一定改善。2024年一季度，公司实现营业收入1.82亿，主要系毛利率提升与销量增长导致。公司2024年一季度，实现归母净利润3050万元，同比增长59.56%，扣非归母净利润1944万元，同比增长30.92%，单季度扣非归母净利润自2022年三季度以来，首次实现了同比正增长；一季度期间费用减少12.55%，增加了部分利润。2023年同比看，公司聚焦国内优质大客户群体，在保证重点客户收入比重的同时，扩大国内优质客户群体；2024年一季度，国内优质重点客户群体进一步壮大。第三，公司现金流、负债情况持续优化，2023年公司注重现金流，公司有信心应对未来的机会和挑战。2022年公司经营活动产生的现金流达到3.38亿元，2023年公司实现了2.73亿元，2023年公司的资产负债率降低到12.65%，短长期借款清零。一季度账面2亿元的货币资金，约4.4亿元存款，未来也有实力更好的完成公司的战略规划。2024年一季度公司流动比率与速动比率明显提升，达到历年最高值。另外公司是行业中为数不多自上市以来，持续进行现金分红的晶振厂商。截止2022年底（2023年分红方案未实施），公司自2016年上市累计分红8次，累计实现净利润6.43亿元，累计现金分红2.81亿元，分红比例超过43%。公司公布了2023年分红预案，2023年拟派发现金红利3072.50万元，占2023年归母净利润的30.33%，在分红方面公司注重股东回报。1. **未来展望：**

公司将继续贯彻占市场、保交付、保销量的经营发展策略，以技术创新和产品差异化、多样化，进一步提升市场竞争力。未来市场需求一定会结构化升级，即更小尺寸、更高频率、更稳定性产品需求量的提升。一方面，增加通用料号的竞争，出清部分供给产能，发挥成本优势，保障高品质产品的销量，让国内晶振市场能有更好的供应环境，特别是当前国内大客户量级的增长，泰晶先拔头筹保障好国产品牌的产品品质和售后。另一方面，保障高端料号的研发，当前很多高端产品是有需求和订单的，研发端持续配合，确保高端需求的稳定持续配套供给。高端产品结构优化升级，新兴产业如光模块、BMS、AI，重大市场如kHz面向电力、物联网模组、智能三表等，终端客户加快培育，市场占有率进一步夯实扩大。1. **问答环节：**
2. **24年手机可能会是比较大的增长点，以及AI晶振用量是怎么样？**

答：手机晶振客户分为ODM和直供两种，公司ODM客户表现相对较快，华勤、传音、中诺、天珑、闻泰都在积极的开展有效的合作，其中华勤是公司去年前十大客户。直供大客户方面可参考市场拆机报道，从订单持续性和热敏、TC高端产品的附加值来看，都有不错的表现。AI当前较多使用的是高基频差分XO产品，公司已与光模块相关客户测试并在转量产的过程中。1. **MHz产品的价格策略？**

答：当前市场价格相对稳定，MHz去年目标保产值和销量，通用尺寸有一定的降价。当前通用尺寸的价格在行业中已经面临成本压力，价格再下降很难保障收益来源，公司凭借成本优势有能力进一步提升份额。MHz产品未来朝着更高频率演进，同时在5G、Wi-Fi7、GNSS等高端场景有比较好的应用，公司对高频MHz产品价格有信心。1. **上游贵金属价格波动，是否在成本端有压力？**

答：截止3月末有将近5500万元的贵金属存货，采购价格较低，短期不担心贵金属价格波动对公司成本的影响。此外高端产品的基座、IC公司也做了前瞻储备，目前原材料的价格按照公司的管理策略有效控制。1. **光模块中晶振的用量和价值量？**

答：光模块因为用到差分高频产品，根据频点和性能参数来定义价格，价值量相对较高在6-12元左右。1. **公司计划扩产产能和扩产领域？**

答：TCXO已扩大一倍的规模，产能达1200万只/月，正逐步产生效益中，车规产线按照3000万只/月产能做规划，热敏产线产能释放会根据客户需求基于现有设备产线切换调整。1. **车规整体布局和进展？**

答：车规目前在进行独立产线和CNAS实验室的筹备建设，也持续客户沉淀和产品料号储备，已开发1000余款产品料号，并为多家主机厂和国内外知名Tier1企业配套，覆盖了MHz/kHz、无源/有源（含TCXO、SPXO、RTC等）等全系产品。配套场景主要在座舱、车身、智驾等领域，并逐步拓展到底盘、动力相关应用场景。1. **如果上游原材涨价，公司向下游传递成本的接受度如何？**

答：首先在当前情况下，上游原材料没有出现大幅涨价，且公司始终在做成本端的优化调整，包括提升合格率、良率等指标。如果上游原材料涨价明显，对公司的下游大客户来说，传递成本的接受度相对较高，因为大客户更注重产品质量和供应链稳定。1. **毛利率较好的产品订单可见度有几个月？**

答：订单已有明显回暖迹象，预计7月份左右有比较好的销售量，大概是两个月的能见度。 |
| **附件清单（如有）** |  |
| **日期** | 2024年05月06日 |