

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：2023-001

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会）
参与单位名称	安信证券、碧云银霞投资、晨燕资产、德邦资管、东兴证券（香港）、沅杨资产、沅谊投资、峰岚资管、广发证券、国海富兰克林基金、国泰君安资管、海富通基金、灏浚投资、合众易晟、恒大人寿、恒越基金、红杉资本、华安基金、华宝基金、幻方投资、汇丰晋信基金、汇信聚盈、嘉实基金、建信保险、江信基金、交银施罗德基金、九泰基金、蓝藤资本、龙远投资、民生银行、仁桥资产、瑞达基金、杉树资产、盛宇投资、太平洋资产、途灵资产、信达澳银基金、兴业证券、易米基金、友莹格资管、长江证券、长青藤资产、招银理财、浙商证券、浙商资产、正圆基金、正圆投资、智尔投资、中海基金、中泰证券、中信建投、中意资产、朱雀基金、Trivest Advisors 等 80 人
时间	2023 年 04 月 27 日 15:00-16:00 2023 年 04 月 28 日 10:30-11:30
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	<p>一、业绩情况介绍：</p> <p>2022 年度公司经受外部各项经营环境的变化和诸多挑战，始终扎根半导体光刻工艺技术，稳步推进新行业、新应用领域新时钟产品的研发及品类扩充，加大工业物联网及汽车电子市场的布局投入与开发力度，主动适应终端市场需求变化，积极采取各项措施，如降本增效，优化产品结构、提升产品性能，提升整体品牌影响力和综合竞争力。</p> <p>2022 年，公司实现营收 9.16 亿元，同比减少 26.14%，实现归母净利润 1.88 亿元，同比减少 22.95%。</p> <p>在产销量、稼动率下降的情况下，公司一方面抓好内部成本管控，充分利用行业龙头优势地位，跟成本相关方充分沟通，在单位人工成本上涨、制造费用上涨的情况下，公司控制单位材料成本下降近 9%，综合单位成本同比</p>

上涨仅 1.6%；另一方面，公司在产销下降的大环境下，应收账款状况良好，持续保持了稳定的经营性现金流，2022 年全年实现经营性净现金流 3.38 亿元。同时，公司进一步优化资产负债率、降低财务成本，2022 年度资产负债率 11.82%，整体资产状况和经营保持在稳定健康的水平。

2022 年，公司购建固定资产、无形资产等 1.43 亿元，根据市场需求合理投资，主要面向终端前沿市场如工控、北斗以及导航定位等，加快 XO、TCXO 以及高频超小尺寸的产线建设和产能提升。在研发投入方面，公司持续在新工艺、新产品、新设备端进行布局。2022 年公司投入研发费用 5056 万元，占营收比重达 5.52%。在新产品方面，进一步完善有源晶体、时钟芯片、车规晶体、超高频晶体等产品的研制与开发。

主营业务毛利率方面，2022 年达到 38.60%，比上年同期下降 2.68 个百分点。公司保持优势产品竞争力，直销业务毛利率基本保持不变，主要是经销业务毛利率的下降带动公司整体毛利率下降。

2023 年一季度，公司实现营收 1.75 亿元，同比减少 33.21%，实现归母净利润 1911.86 万元，同比下降 74.04%。一季度属于全年中相对淡季，因过年放假仅开工了两个半月，仅从开工工时的角度来计算，一般一季度的产值要少 15%左右，2023 年公司一季度营收环比仅下滑 4.5%，在上述波动范围内。

二、经营情况介绍：

产品结构方面，公司继续深化研发和技术创新，加大对超高频的开发力度，TCXO、XO 等有源产品增量显著；稼动率方面，去年经历了行业调整，公司整体产能稼动率也有一定的下滑，但是有源产品线，特别是 TCXO 产品线目前基本处于满载状态，库存方面，公司始终保持较好的库存管理水平，去年公司晶体元器件库存量同比下降 20.51%，同时今年一季度库存较 12 月末各项指标都在下降，仅发出商品稍增一些，来自于销售商品的增加；价格方面，整体综合单价环比略有下滑，但仍保持一定的韧性。

三、市场情况介绍：

随着物联网、5G、WIFI6、新能源汽车、光通信等行业新业态应用的产生及发展，对石英晶振的个性化需求也在不断提升。对应不同的应用场景需要满足更高的性能指标，在 5G/WIFI6 各应用场景下，晶振的封装尺寸逐步向更小尺寸升级迭代，同时要求在 -40℃ 至 105℃ 的范围内保持 ppm 级的频率偏差；在新能源汽车应用场景下宽温度范围（-40℃-125℃）内能满足 AECQ200 的可靠性要求；在光通

信应用场景下具备高基频（100MHz 以上）等。整体可以分为消费级、工控级、车规级三大应用领域。

在物联网消费领域，随着物联网进入 2.0 阶段以及数字经济带动的物联网、5G 等技术在各个垂直行业的深入应用，公司积极配合各主流物联网芯片平台的配套认证以及物联网相关重点客户的密切合作。形成了紫光展锐、ASR、乐鑫等国内重点战略合作伙伴，进一步推动高通（车载品为主）、MTK（手机为主）、泰凌微、realtek 等平台合作。

在工控领域，公司晶体谐振器和高基频有源振荡器（CMOS、LVPECL、LVDS 和 HCSL）配合工控市场高端处理器、DSP、FPGA 等芯片渗透到下游工控市场领域，如算力，图像处理、OLED 显示屏、伺服电机，以及高速数据传输等，满足工控行业客户需求。

在车规领域，重点针对国产芯片平台完成相应设计工作；车规级产品从芯片厂商认证到主机厂逐步导入，持续完善车规产品的配套设计和体系建设、品质管控和产线配套，对接英飞凌、恩智浦国外车规芯片平台和瑞芯微、珠海全志、芯旺微、寒武纪等国内车规芯片方案，已通过部分全球优质 Tier one 和 Tier Two 厂商的验证和审核，服务于比亚迪、东风、零跑汽车、蔚来汽车、现代 LG、宁德时代、经纬恒润、中车、保隆科技等主机厂和主机配套企业。

四、未来展望：

当前国内外经济、消费都处于逐步复苏的过程，公司产品研发和市场方向紧跟智能时代交互终端的创新，这也将加快行业复苏时点的到来。展望 2023 年，一方面，下半年的需求有望积极改善，公司的产值同步实现逐步修复；另一方面，继续发挥公司丰富产品线优势，特别是当前国产替代过程中，头部客户更加关注供应商产品是否齐全，市场需求物料更多的集中在高频小尺寸、热敏、TCXO、车规级、K 系列，公司也有机会取得更多厂商的青睐。公司自身也将进一步划分产品线，采取不同的营销策略，继续开拓前期没有渗入的市场，加大优势产品的市场开拓力度。此外，公司也将进一步发挥规模优势和成本优势，提升公司终端客户渗透率，扩大市占率、提升产值。

五、问答环节：

1、M3225 价格环比是否继续下滑？

答：对于 3225 这类通用尺寸产品处于同质化竞争，目前市场相对稳定，不排除公司加大参与市场竞争的力度，带来价格端的调整，但会摊薄折旧和成本。

2、后面毛利率的走势如何？

答：TF 系列稳定，逐步上行微调，毛利率优势来自于产品、设备、原材料一体化带来的优势。MHz 同质化产品竞争带来价格下探，目前在进行市场调整，毛利率会逐步根据小尺寸占比提升而优化。K 系列价格基于市场变化，后续结合主要通讯模型应用场景、电力载波、工控等市场，对应 K 系列需求量增长带来稼动率提升，从而降低成本上行压力。此外 TCXO 出货量正在提升，去年扩产叠加市场增量，TCXO 量价、毛利率有上行空间。

3、结合目前稼动率及订单来看，二季度及全年下游恢复情况如何？

答：订单方面，典型的有通信模组 cat1，以及传统消费需求有一定恢复；在重要客户开发上，在手机、医疗（传感器、通讯）、电力三表等方面增拓，此外工控行业配套有源产品的增量；存量客户导入上，特别是 32.768kHz 遥控器、平板等消费市场有起色，TCXO 配套导航模组有显著需求，物联网配套 cat1、NB-iot 以及 WIFI6 路由器预计会有增长。此外配套主芯片认证，热敏产品对应联发科、高通平台的增量提升，包括车规市场的增长需求。

具体下游行业方面，服务器国外 Intel 主芯片、国内龙芯和飞腾服务器正在增长，公司主要面向钟振差分产品，进入服务器领域；工控方面，kHz、MHz、差分有源发挥优势；模组方面，移远、广和通、芯讯通、日海等需求量逐步提升；能源方面，电力载波模块向储能端、传统 PLC 宽载带模块增长，电表通过复旦微、矩泉，在输变电端持续导入 MHz 钟振、恒温 OCXO，也在逆变器和储能方向持续导入；WIFI6/7、CPE 方面，配套联发科、瑞昱在 40MHz、80MHz 提量；手机方面，虽然整体市场相对饱和，但对于公司来说仍然是提升渗透率的增量市场，公司一方面加大智能机市场的占有率，另一方面利用产能优势积极的参与功能机的市场竞争；安防方面持续渗透中，也是公

司逐渐布局的增量版块；此外在光模块方面，DSP 芯片配套超高频钟振，公司正在积极的研发及量产阶段，在光纤接入方面涉及有源超高频产品，公司逐步导入。

4、公司和全球晶振龙头企业相比有哪些优势？有哪些差距？哪些领域会率先国产替代？

答：公司一直在对标国际龙头企业，从技术端来看，保持了与国际龙头的同步性，特别是光刻产业化和规模化应用上。在一些高端、高频产品蚀刻液方面，公司实现了自主研制，并实现了光刻条线全自动化适配，发挥设备端和工艺端的自主优势；其次在具体产品端来看，公司产品条线丰富，全系列产品优势凸显，超高频、高稳定、多频点应用开发，在产品定制化和差异化上体现优势；与全球行业龙头相比，公司的品牌影响力和终端客户开拓方面仍有一定差距，但是在本地化服务方面相比这些国际品牌拥有绝对的优势，另一方面意味着在中国作为主要消费国，国产替代仍有较大的市场空间。

5、公司设备和原材料采购情况？是否有卡脖子风险？

答：设备分前道和后道，前道光刻设备中除光刻机等外采，大部分设备实现了自主研制，我司所使用的半导体工艺所需的关键设备暂不受影响，并已储备有备份解决方案；后道标准化设备较多，在工装、夹具、器具、设备改造等，发挥产线柔性化及相应设备自主研制配套改造的能力。原材料方面，关键原材料晶片以自主供应为主，基座与三环形成稳定的战略合作，确保供应的安全及稳定性。

6、MHz 和有源产品的市场目标？

答：公司 MHz 和有源产品具有较强的竞争力，目前公司高频产品可以做到 285MHz 以上，多应用频点的开发能力更能满足客户的定制化需求；TCXO 系列有源产品的服务能力、响

应能力、产品质量保障、配套能力具备综合优势。目前公司 MHz 小尺寸占比提高、TCXO 系列有源产品营收比重在逐渐增大。高频产品从技术处理角度来看价值量更高，未来也将通过丰富的应用场景来体现公司发展潜力。

7、MHz 在行业中是否出现一定的产能出清？公司希望通过产品优势竞争还是通过价格策略竞争？

答：产能出清不好评判，要看竞争格局的变化，我司前期经营策略主要依靠自身优势，保持相对较高的毛利率来保障企业的盈利优势，基于当前的形式，对于一部分同质化的产品，我司基于行业健康发展的需要，也基于我司在行业的龙头地位的需要、公司摊薄折旧的需要，同时，全方位配套服务客户的需要，公司调整竞争策略，采取更加积极的态度参与市场竞争，提高市场份额占有率，目前效果良好。公司也将进一步发挥自身所具备的设备研制、改造、升级、柔性化、智能化的综合优势能力，公司产品并非参与同质化的竞争，而是发挥具有独特竞争能力的产品为企业创造长期价值。

8、公司的成本优势主要来自哪些方面？

答：首先有设备折旧的优势，公司坚持工艺、材料、设备一体化，自主研发部分核心设备，设备整体折旧摊销有一定优势；其次有生产材料的优势，包括晶片自主化，由于晶片成本在晶振中占比较高，晶片的自主化给公司成本端带来较大的优势，尤其是一些特殊产品，对晶片有耐高温、宽温的定制化要求，或是多频点应用上，公司通过晶片自主化可以极大的优化生产端成本；同时公司具备规模优势，柔性化产线的生产能力以及通过客户群体调优整体产品结构，也带来一定的成本优势；此外在原材料供应和配套方面，公司一直加大与供应商的联动开发，通过重要

产品配套并引领客户需求方案。

9、关于减持计划的情况？

答：减持计划主要是基于股东个人资金的需求。公司高管基于自身改善生活的需要，前段时间市场有对高管减持的过度解读，但高管团队对公司始终坚定的充满信心，也是特别务实、深耕行业多年的从业者，扎扎实实的负责产品、技术和市场，对个人股份也都很珍惜。根据已披露的公告，公司有两位高管根据自身资金使用的调整，终止了减持计划，考虑通过别的途径来解决个人资金问题。

10、车规产品的月供货量是多少？

答：2022年月均供货量1000万只，供货量趋势保持稳定，汽车电子产品的导入速度快于预期。客户端来看，车规产品目前在客户数量、产品料号开发等方面增长较快，但验证至放量的周期比消费端更长。公司高度重视车规市场，一直在产线与体系建设、定制化料号开发等方面快速布局。自身销售端来看，客户有明确国产化诉求，对产品要求高，公司本着谨慎负责态度，严把产品质量关，由此带来在客户端、销售端交付周期的拉长，之后规模有望逐步提升。公司在国内车规领域具有先发优势，长期合作客户认可公司稳定的产品供应能力，从目前导入情况、潜在订单来看，未来具备较好的增长空间。

11、光模块业务进展、单价情况如何？预计何时会看到较好的订单表现？

答：光模块里存在光电转化过程，需时钟应用方案。需配超高频钟振，目前研发正在积极开发中。光纤接入方面涉及有源超高频，单品价值量及配套数量都会更高，目前匹配终端客户端正在做配套验证。产品相关解决方案多对应超高频应用，目前公司的产品开发都可以去做配套，在高

	<p>频部分发挥自身优势。订单方面，从相关领域的客户实践来看需要半年左右，之前消费领域从半年缩短到三个月。公司在高频高稳产品良率、稳定性等方面做好承接市场需求的准备，此外 GPU 主要应用单元等都在做相应认证配套。目前的周期推导来自高端品的验证时间，之后有新进展会及时与市场交流。</p> <p>12、2022 年公司的市场份额及未来目标？ 答：公开数据来看 2021 全球市占率 4%，位列第八。当前国产厂商合计市占率不到 10%，公司在国内处于前列。伴随市场复苏，提高市占率和产值将是公司重要的发展战略目标之一。</p>
附件清单（如有）	
日期	2023 年 04 月 28 日