

深圳市汇顶科技股份有限公司

2019 年度及 2020 一季度财报披露投资者交流会纪要

一、会议时间：2020 年 4 月 29 日上午 10:00-11:30

二、会议形式：电话会议

三、公司参会人：CEO张帆先生、CFO侯学理先生、董事会秘书王丽女士、品牌总监曹晖女士

四、本次说明会召开情况

深圳市汇顶科技股份有限公司（以下简称“公司”）投资者交流会于 2020 年 4 月 29 日通过电话会议方式召开。CEO 张帆先生、CFO 侯学理先生、董事会秘书王丽女士、品牌总监曹晖女士参加了本次交流会，并就投资者、媒体关注的事项与参会人进行了交流与沟通。

参会人员：中国国际金融股份有限公司、大和国泰证券股份有限公司、招商证券股份有限公司、广发证券股份有限公司、高盛（亚洲）有限责任公司、永丰金证券（亚洲）有限公司、安信证券股份有限公司、财通基金管理有限公司、BlackRock Asset Management、景顺长城基金管理有限公司、Morgan Stanley Taiwan Limited、中欧基金管理有限公司、狮城产业投资咨询（上海）有限公司、鲍尔太平、光大证券股份有限公司、中信建投证券股份有限公司、国联安基金管理有限公司、兴业证券股份有限公司、华西证券股份有限公司、长盛基金管理有限公司、信达证券股份有限公司、东亚联丰投资管理有限公司、Bank of America Merrill Lynch 、平安大华基金管理有限公司、深圳市共同基金管理有限公司、瑞银证券有限责任公司、野村证券、景林资产管理有限公司、新时代证券股份有限公司、盛博香港有限公司、中庸资本有限公司、Prudence Investment Management、富国基金管理有限公司、汇丰前海证券有限责任公司、禾其投资、中信证券股份有限公司、瀚伦投资顾问（上海）有限公司、中银基金管理有限公司、前海联合基金管理有限公司、东方证券股份有限公司、交银施罗德基金管理有限公司、CREDIT SUISSE (HONG KONG) LIMITED、花旗环球金融亚洲有限公司、

海通证券股份有限公司、上海益菁汇资产管理有限公司、安邦资产管理有限责任公司、国泰证券投资信托股份有限公司、铭基国际投资公司、民生证券股份有限公司、中国人寿养老保险股份有限公司、银华基金管理股份有限公司、工银瑞信基金管理有限公司、浙商证券股份有限公司、上海东方证券资产管理有限公司、淳厚基金管理有限公司、泓德基金管理有限公司、长城证券股份有限公司、上海元昊投资管理有限公司、中泰证券股份有限公司、易方达基金管理有限公司、高盛资产管理（香港）有限公司、中信建投基金管理有限公司、元大证券投资顾问股份有限公司、嘉实基金管理有限公司、大和日华（上海）企业咨询有限公司、野村东方国际证券有限公司、中国证券报、上海证券报、证券时报、证券日报、第一财经日报、每日经济新闻、21 世纪经济报道、腾讯网、通信世界、C114、集微网、半导体行业观察、电子发烧友

会议由董事会秘书王丽女士主持，交流会共分两个部分：

（一）CFO 侯学理先生介绍 2019 年报及 2020 一季报财务情况；

（二）互动交流环节。

（一） 公司 2019 年报及 2020 一季报财务情况介绍：

（1） 2019 年公司整体财务情况介绍：

2019 年公司全年实现营业收入 64.7 亿元，较 2018 年 37.2 亿元同比增长 74.0%；实现毛利 39.1 亿元，较 2018 年 19.4 亿元同比增长 101.3%；全年综合毛利率 60.4%，较 2018 年的 52.2%同比增加 8.2 个百分点，这主要得益于屏下光学指纹芯片的大规模商用，成为驱动公司业绩增长的关键，进一步提升了公司的盈利能力。

2019 年全年共发生经营费用 17.4 亿元，较 2018 年 12.5 亿元同比增长 39.6%。其中，研发费用为 10.8 亿元，较 2018 年 8.4 亿元同比增长 28.7%，占经营费用比重超 60%。自 2016 年以来，公司研发投入的持续增加，充分体现了公司着眼长远发展，打造核心竞争力的战略选择，公司将继续专注于芯片研发设计，在新产品、新领域积极开拓进取。

2019 年销售费用 5.3 亿元，较 2018 年 3.2 亿元同比增长 64.0%，主要

系伴随营收增长，销售过程产生的服务与推广费用增加；2019 年销售费用占营业收入比重为 8.2%，较 2018 年 8.7% 同比下降 0.5 个百分点。2019 年管理费用 1.3 亿元，较 2018 年 0.9 亿元同比增长 53.7%，主要系咨询服务费、股份支付费用增加所致。

综上所述，2019 年公司全年实现净利润 23.2 亿元，较 2018 年 7.4 亿元同比增长 212.1%。2019 年基本每股收益 5.17 元/股，比去年同期 1.65 元/股增长 213.3%；稀释每股收益 4.99 元/股，比去年同期 1.62 元/股增长 208.0%；扣除非经常性损益后的基本每股收益 4.88 元/股，比去年同期 1.50 元/股增长 225.3%。归属于上市公司股东的净资产 64.4 亿元，比去年同期 41.1 亿元增长 56.8%；公司总资产 78.5 亿元，比去年同期 53.5 亿元增长 46.8%。2019 年，经营活动产生的现金流量净额为 28.8 亿元，较 2018 年 12.3 亿元同比增长 133.8%，同时，应收账款周转率由 2018 年的 5.66 次提高到 2019 年的 7.29 次，体现了公司良好的运营管理能力。

（2） 2020 年第一季度的业绩说明：

公司 2020 年一季度实现营收 13.5 亿元，较去年同期 12.3 亿元同比增长 10.3%。一季度毛利 6.8 亿元，较去年同期 7.5 亿元同比下降 9.9%；一季度毛利率为 50.2%，较去年同期 61.4% 同比下降 11.2 个百分点，较 2019 年第四季度 57.9% 环比下降 7.7 个百分点，主要受新旧产品迭代影响，新一代超薄光学指纹产品提前量产，其良率及技术成熟度造成的成本偏高所致，公司在积极采取降成本举措，预期后续逐步提升毛利率。

2020 年一季度公司经营性费用 5.5 亿元，较去年同期 3.3 亿元同比增长 70.4%。其中，研发费用 4.1 亿元，较去年同期 2.1 亿元同比增长 97.8%，研发费用营收占比达 30.6%。主要系公司不断加强研发投入力度、研发人力增长所致。我们相信，持续高强度的研发投入将为公司未来业绩增长注入新动能。销售费用 1.1 亿元，较去年同期 0.9 亿元同比增长 19.8%，主要系与销售相关的技术服务费和宣传推广费增长所致；管理费用 3161.9 万元，较去年同期 2479.9 万元同比增长 27.5%，主要系人力费用增加所致。

综上所述，因研发投入大幅增长，公司 2020 年一季度实现净利润 2.0

亿元，较去年同期 4.1 亿元同比下降 50.6%。

今年 2 月初，公司完成了对 NXP VAS 业务的并购，这将利于公司为手机和移动智能终端客户提供更丰富的产品组合，也将助力公司进一步拓展这些技术在汽车等领域的新成长机会。同时，公司将依托生物识别和人机交互等优势领域雄厚的技术积淀，努力推动超薄屏下光学指纹方案的大规模商用；在 IoT 领域，公司将继续围绕“物理感知、信息处理、无线传输、安全”四大领域，持续构建 IoT 综合平台，全面围绕 IoT 的各类创新应用场景提供差异化价值的解决方案。

随着新冠疫情在全球蔓延，2020 年全球智能移动终端市场特别是智能手机市场的需求与供应链将受到冲击，处于产业链上游的芯片企业或将遭受不同程度的影响。公司将继续专注于长期战略目标的达成，为客户带来不断提升的价值，为投资者带来长期回报。

(二) 互动交流环节

Q1：屏下光学指纹 2019 年在安卓手机渗透率不到 15%，公司认为未来 2-3 年达到什么水平？能否分享超薄屏下光学指纹的进展及未来几个季度的展望？公司怎么看待 ToF 技术的市场机遇？做了哪些技术储备？公司 TWS 耳机业务开展进展如何？一季度公司毛利率下滑较多，请问是竞争加剧、单价下滑、产品结构、成本等哪些方面原因造成的，如何看待毛利率后续趋势？

答：超薄光学指纹是公司全新的产品，过去在全球没有哪家公司可以在这么短时间内形成规模量产。2019 年公司主要量产的是透镜式方案，厚度 3 到 4 毫米。基于全新设计，超薄方案把厚度减薄到 300 微米以内，这是非常大的改进。从去年下半年开始，5G 手机的部署提前，超薄方案的成功商用回应了客户的期望，同时今年 Q1 各大品牌客户的旗舰机型陆续顺利量产，我们的工作也会获得非常好的回报。

此外，因为是一项全新的技术，且时间紧张，在量产推进过程中，成本管控、良率管控等难度都很大，所以前期为了赶时间，为了对客户负责，我

们牺牲了一些成本，后续还将进一步优化成本。从目前的应用来看，超薄方案的进展符合我们的预期。比如最近发布的华为 P40 系列旗舰手机，因为采用了我们的超薄屏下光学指纹，指纹识别的位置往上移，让用户的操作体验大大增强。我们很看好这项技术今后的应用前景。

关于毛利率，我认为 50%的毛利率是优秀 IC 设计公司的标准。从毛利率和销售收入这两个指标的平衡来看，我们更注重未来销售收入规模的提升，这也是我们更大力度投入研发的原因。公司目前对销售收入有重要贡献的产品线还不多，我们希望通过持续研发投入，扩展产品线的深度与广度，包括 ToF、Bluetooth LE Audio 以及其他产品，这样才能够为客户提供更多优质的产品和服务，使销售收入再上一个新台阶。

对于 ToF 产品，过去两年我们通过艰苦工作取得不错的成果，公司的 ToF 产品不管是功耗，还是识别距离以及精度，都达到了业界领先的水准，将成为公司未来成长新的动力。就 ToF 的市场机遇，我们更加关注它的具体应用场景，技术的商业价值取决于能够给什么样的应用提供什么样的便利，我们也在和客户积极合作，争取早日实现商用。

Bluetooth LE Audio 也是一项新的技术，在功耗、音质等方面相较于传统蓝牙有非常大的改进，随着我们研发不断进展，大家未来也将看到我们工作的具体成就。

关于屏下光学指纹技术，过去一两年的市场表现充分证明了它给全球用户带来的便利，最近我们和三星的首个屏下光学指纹合作机型也成功上市，未来两三年屏下光学指纹的渗透率还会继续提升，我们还会深化和客户的合作，持续优化屏下光学指纹方案尤其是超薄光学方案，创造新的客户价值。谢谢！

Q2: 毛利率方面，去年 Q4 略有下滑，原因是什么？展望接下来几个季度，毛利率会有回升还是随着新产品叠加，毛利率暂时有继续向下的压力？关于研发费用，我们也看到同比跟环比都有增长，环比这边因为公司收购了

VAS 业务，这方面增量有多少，我们又招募了哪些方面的研发人员？

答：在光学指纹产品毛利率方面，在产品导入早期，我们为了抢时间，保证规模量产顺利进行，牺牲了一些成本。后续我们将持续进行成本优化。

这个问题的本质是：第一，技术进步可以带来成本进一步下降，扩大我们的盈利空间；第二，公司屏下光学指纹方案面临着高通超声波指纹的竞争，我们传统的光学方案，在厚度上存在劣势，但超薄屏下光学指纹方案的成功量产已经化解了这个劣势，我们对产品更大规模商用充满信心；第三，我们对后续的成本管控也有信心。

所以，相较于 Q1，我们有信心毛利率后续能够有更进一步的提升。但是随着市场竞争，会产生盈利的压力，我们需要思考如何为客户提供差异化价值，在竞争中获得优势的同时保持好的盈利能力。

对于第二个问题，VAS 团队今年 2 月份加入后，研发费用一定会有相应增加。但是相较于一个团队带来的费用增加，我们更看重在哪些技术领域开展了什么样的投入。声、光、电是传感器三个最基础的领域，VAS 团队加入以及我们原来在声学方面的投入，形成公司在这个领域的全球竞争力，补齐了我们的短板，为公司未来发展带来持续的动力。

研发费用方面，2019 年首次突破 10 亿元人民币，而 2015 年公司销售收入才 10 亿元。为什么要这样做呢？因为要先种树才能结果，而且还要等几年。我们要从一个相对小规模的公司成长为大公司的唯一路径，就是需要不断开拓新的领域、持续高强度研发投入，不断为客户创造新的价值。哪怕中间会遇到再大的困难或者挫折。

现在我们在研发的投入，更加注重扩展产品覆盖面。移动终端迭代速度非常快，为我们提供了更多机会。比如在光学技术上，我们有光学指纹、心率传感器，现在又拓展到了 ToF 产品上，对 AR 应用有很大帮助。我很高兴告诉大家，公司 ECG 芯片最近也完成了开发，目前测试效果非常好，今年年内应该就会实现量产。谢谢！

Q3: 超薄方案的毛利率现在看来低了一些, 那么, 价格和超薄方案对毛利率的影响有没有一个大概比例的预测? 第二, 超薄方案后续可以持续优化成本, 方式是缩小面积或是封装方式升级, 还是说良率提升? 后续研发费用可能会增加比较多, 是绝对数字上的持续增加还是收入占比? 未来在研发费用的收入占比大概在什么范围? 一季度研发费用增加这么多, 请具体介绍哪些新的产品研发费用投入比较多?

答: 先从研发投入说起, 这个问题的本质是长期收益和短期收益的平衡, 对于一个上市公司来说, 必须考虑到当期投资者对回报的期望, 以及这些投入未来会不会产生相应的回报。研发投入是一项有风险的投入, 关键是如何去平衡。

因为我们公司规模相对还比较小, 要寻求更大的发展, 就需要倾向于用长期的回报来指引我们当前的工作, 当然这项投入也要量力而行。我们基本原则是: 第一, 10%的研发营收占比是一个基线; 第二, 在公司相对有能力的时候, 可能会把这个比例提升, 但是总体来讲会在 15%-20%这样范围内, 量力而行地投入; 我们以年为单位做基本的评估和判断, 收入好的时候, 力度会大一点, 随着公司营业规模不断扩大, 会适当保持在这个区间内。

对于超薄方案来讲, 它是一个系统的解决方案, 涉及到传感器、光学、模组设计、算法、软件优化等多领域的技术。后续我们将从系统角度, 从这几个方面入手同时优化。此外, 随着手机存储的用户信息和加载的应用越来越多, 对安全性提出了更高的要求, 我们还将努力工作, 在保证安全性的前提下, 提升用户的使用体验。我们相信, 通过我们的努力工作和技术的进步, 我们可以在为客户提供优质的产品、为消费者带来更好的体验同时, 保持良好的盈利。

毛利率上, 我们不会关注毛利率一个季度的短期波动。超薄屏下光学指纹方案在技术上还有很大的提升空间, 竞争力还会不断提升。我们对这项产品会为客户创造的价值、对业务收入提升的潜力充满了信心。谢谢!

Q4: 刚才提到现在超薄出货状况, 毛利率没有那么好, 但是为什么收入会往下走? 而且第一季度同比、环比下降 3、4 个百分点。同时在存货部分, 虽然营收下降, 库存却大幅上升。这里面因素主要是哪些?

答: 环比参考意义不大。实事求是讲, 我们没有把单个季度的比较数据纳入我们的工作管理范畴, 我们更多的是看公司的年度成长性、未来三到五年成长性。库存多一点或者少一点, 客户提货速度的快慢都会对季度数据产生比较大的偏差。

从营收来讲, 任何电子产品技术成熟后, 营收都会下降。我们的屏下光学指纹, 由于超薄方案的导入, 对销售收入成长提供了强有力的支撑。对销售收入以及季度数据, 我们选择以一个更长期的角度来看问题。

今年疫情的情况是过去我们从来没有遇到过的, 疫情带来了供需两端的不确定性。所以现在这个阶段, 适当增加库存有助于降低供应链的风险。从战略上讲, 我们要保证在长时间内为客户解除供应风险, 尤其现在在光学产品上我们和很多客户的合作都是独家, 适当增加库存, 这对公司是一个积极的信号。谢谢!

Q5: 公司现在目标主要是提高营收规模, 怎么看接下来的态势? 像台湾神盾前几天也有推出一个光学产品为华为供货, 接下来公司如果扩大营收, 在价格方面有什么措施?

答: 提高营收规模, 同时保持良好的盈利水准, 这是一个战略指导方针。所谓的良好盈利应该是 50% 的毛利, 这是一个基本定义。但在不同时间段、不同产品上, 毛利会有一些波动、变化。

在全球范围内, 50% 毛利是一家优秀 IC 设计公司的标准, 再去对标全球前十的 IC 设计公司, 在营收规模上我们还有很大成长空间, 这是我们进一步努力的方向。

市场一定会有竞争, 但是我们更喜欢的竞争对手, 是那些同样通过技术创新为客户提供价值的对手。在科技领域里, 尤其是 IC 设计领域, 靠抄袭

是抄不出优秀或者伟大的公司。抄袭短期内能赚点小钱，但长期看不是我们战略上的对手。今天我们很高兴能面对如高通超声波指纹的竞争，但是抄袭的公司，不可能成为客户真正的长期合作伙伴，全球范围内没有任何一个成功公司是靠抄袭成功的。谢谢！

Q6: 怎么看下半年国内手机市场的需求、影响和趋势？

答：我相信疫情的影响一定是短期的，不会对长期造成影响。我们的基本观念是用长期战略指引我们的行为。以我们全社会的能力，战胜疫情一定不需要很长时间。我们更关注疫情结束后，有哪些因素会对我们工作可能带来比较长期的变化，我们将采取积极的策略应对。

下半年趋势，在手机产业，消费者的需求还是存在的，而且随着 5G 应用逐渐普及，从今年下半年到明年，从中国到全球，5G 大规模商用带来的机会是积极和显而易见的，我们还是要努力工作，抓住这样的战略机遇。谢谢！

Q7: 公司在触控市场是不是有新产品或者新的拓展？

答：在触控市场，公司的 AMOLED 触控产品有相当的竞争力。从长期来看，随着软屏的 AMOLED 包括折叠屏，将为触控产品进一步成长提供空间。TDDI 产品对低端市场有挤压，但客观上帮助我们往中高端产品延伸，对我们是一件好事。触控的另外一块巨大的拓展空间是 PC。针对 PC 市场对中大尺寸触控芯片、触控板会形成新的需求，未来我们会有很大的机会通过创新来为客户提供新的价值。触控是我们非常重要的产品线，未来我们还会持续提升这方面的竞争力，并成为我们新的增长动力。谢谢！

Q8: 华为、三星、苹果都下调了手机出货量，包括 IDC 都预期今年整个手机出货量会下降，这对汇顶科技光学指纹会带来哪些影响？今年 4 月 16 日高

通也宣布跟京东方合作，把超声波屏下指纹传感器引入到京东方，汇顶科技超薄比较超声波指纹优势在哪？随着 5G 的规模商用，如何看待光学屏下指纹的技术趋势走向？

答：出货下调主要是疫情短期影响，从长期来看，5G 规模商用会带来新的成长动力。所以短期放缓不是一个问题，而是要看到长期需求。5G 的应用是一个实实在在的动力，换机潮或早或晚都会来临，还是要从长期来看问题的本质。

我们和高通超声波指纹的竞争不是现在才开始，而是已经持续了很久。我们公司很多的产品项目很早就和 BOE 开始了合作，所以此次 BOE 和高通的合作对我们是一种促进、也是一个鞭策。目前在中国屏下指纹实际应用上，我们获得了绝对优势，并且透过超薄指纹方案的应用，进一步加深了我们在这个领域的竞争优势。

我们对未来和超声波指纹的竞争依然有信心，通过进一步提升竞争优势，保持我们在市场的领先地位；同时，我们还会不断拓展海外客户，与海外客户做更多沟通，把我们在中国的优势扩大到全球，让全世界消费者享受到我们产品带来的便捷体验。谢谢！

Q9：一季度研发同比接近倍增，远超您刚才说的营收 15-20%的水平，也是净利润的几乎两倍，公司逆势重金研发投入的背后考量是什么？主要投向哪些领域？

答：研发投入比重应该以年为单位，而不是以季度为单位，看短期数据波动没有什么意义。对芯片设计产业，季度的数据存在着很大的偶然性，也有很多不确定性因素的影响，但这些影响都是不重要的。因为今年一季度有一半时间都是处于隔离状态，所以相应的销售数据也没有太多参考意义。我们还是要用更长期的视角看待问题。谢谢！

Q10：公司致力于打造成为一家综合型的芯片设计公司，请问现在的进展符

合您的预期吗？在物联网和汽车电子领域今年有哪些新产品会推出，这两块业务收入占比还有多大提升空间？

答：目前我们各项研发工作的开展状况都是按照计划在积极推进。我们的 ToF 技术经过过去两年的持续研究，现在也产生了非常重要的领先技术成果，非常有希望在不久的将来能够投入到量产，为新的应用，比如 AR 应用提供更多的技术支撑。

从公司整体研发的情况看，我们在传感器、计算、传输、安全这几个领域都在积极地工作。声、光、电这几个不同的传感技术领域我们也在进行全面布局，目前产品也已经涵盖上述领域。我们构建 IoT 综合平台是一项非常长期的工作，需要更多耐心和毅力。随着公司研发能力的逐渐提升，我们和客户战略关系越来越深入，这些因素对我们未来持续的研发都会有很好的帮助。

关于新产品发布，很多新产品将逐渐浮出水面，例如我们的 ECG 产品今年会投入量产。未来随着新产品不断投入量产，大家一定会看到公司整体能力的提升，以及我们呈现出来更强大的产品力、技术实力和客户关系。我相信在未来几年都能不断看到我们的进步，我对此充满信心。谢谢！

Q11：美国近日又扩大了对华为的出口限制，您刚才也提到了已经适当增加了库存，降低供应链风险。公司怎么预判或者怎么评估中美摩擦对公司及行业的影响？

答：全世界不同地区的合作能够产生更高的效率，这是一个根本的趋势和方向。我们在库存上进行相应的准备，实际上是针对疫情所造成的短期影响。从另外一个角度考虑问题，就美国的限制，我相信两国政府一定会有所沟通。作为企业，我们应从全球消费者的需求来考虑问题。今天我们所做的任何产品、技术、服务都是为了向全球消费者提供价值，让他们更高兴、让他们享受到科技的便利，这就是我们公司的使命：“创新技术，丰富生活”。我们和公司全球各地的团队、与全球产业及客户合作的大趋势不会改变。谢

谢！

Q12: 公司在未来引入长线战略投资者方面有什么计划，大股东减持还会继续吗？公司有没有可能推出一些股票回购的措施来提振股价？

答：我们不会太关注短期股价的波动。我们相信一个根本的道理，如果能够管理好我们的业绩，投资者自然会从长期业绩成长获得相应投资回报。所以我一直强调埋头种因，果自然成的理念。

投资者的行为由他们自己进行评估，我们需要尊重所有投资者的权利，例如行使股东的权利。我们唯有通过我们的努力和业绩，来吸引更多投资者与我们长期成长和进步，从更长期和价值创造的维度，让我们的股东、客户、员工一起来分享公司长期、可持续成长的回报。谢谢！

Q13: 5G 带来了大带宽,关于公司的 ToF 产品在 AR 领域未来会有哪些创新应用？

答：从 5G 应用来看，我们也在和客户沟通，了解客户的潜在需求。例如：第一，室内导航是不是一个实在的需求？第二，3D 导航是不是更加便捷的应用？第三，包括未来 3D 的 AR 游戏，这种场景下多了空间参数，一定会对游戏体验产生完全不同的感受。像这些应用，ToF 能够提供三维深度测量，会不会帮助应用落地，存在各种各样可能性。我们需要根据客户系统的具体需求来思考我们 ToF 产品能够提供的价值，使两者紧密结合起来，为今后开发提供一个好的应用平台。我一直非常积极和乐观认为 5G 会在各个领域为我们提供前所未有的体验。具体到应用，包括 ToF 技术怎么落地，还需要大量的工作，这也是我们努力的方向。谢谢！

Q14: LCD 屏下指纹的量产时间？在手机产业链,公司会考虑怎样的横向拓展机会？恩智浦 VAS 业务的最新进展，对这个业务还有其他新的展望吗？物

联网业务什么时候给公司业绩带来重要影响？

答：我们一直在跟客户探讨 LCD 屏下指纹的应用，包括对显示效果的影响、产品的成本接受范围等方面还需要进一步明确。因为涉及到性能、成本很多方面的平衡，我们还需要和客户进行更多的讨论，努力把这项技术早日应用在 LCD 屏幕的产品上。OLED 和 LCD 屏幕技术在相互促进，从长期看，大的趋势是 OLED 屏未来会形成主流，但是 LCD 屏幕的特点对某些产品还有利用的空间。虽然技术的应用存在不确定性，但是我们和客户都在积极持续努力，解决这些不确定性。目前我们在积极投入，对未来商用充满信心。

对科技公司而言，横向拓展应该是对客户价值创造有帮助。去做生产不符合我们自身能力和资源的情况。我们是一家芯片设计公司，主要在芯片设计、软件这些领域里为客户创造价值，拓展我们的产品。

VAS 业务使我们获得一支在声学领域全球一流的团队，我们与这支团队一起利用员工的才华、专业能力、一流的技术水准，着眼于未来客户需求进行新的价值创造，为公司长期发展提供动力。这是我和 VAS 团队的共识和一起努力的目标。

IoT 市场成熟的速度是一个渐进的变化，我们对这个市场的长期潜力充满信心。我非常有信心地认为，所有传统手表都会被智能手表替代，目前我们希望自己更好地帮助智能手表取代传统手表。如果我们能做到这一点，我们一定会有更好的业绩，并为公司提供持续成长的动力。所以我们始终聚焦如何为客户创造价值，如何让客户愿意购买更多更好的产品和服务。如果能做到这一点，我们就不会担心公司的未来。谢谢！

Q15：公司对 NXP 的 VAS 资产收购整合是比较成功的，请问成功秘诀是什么？如何在业务层面实现最大协同？

答：实事求是讲，现在还谈不上成功，只是有个不错的开头。我们和欧洲团队在沟通过程中，发现大家的理念是相同的，对未来我们要如何一起工作，哪一方面进行协同，一起为客户创造更多价值等方面都有共识。大家能

够想到一起去，并且对未来的方向愿意一起努力。现在量产的产品还不是我们一起合作的具体成果，而是原来旧有业务的延续。我们并没有太看重原有的业务，并购是着眼于未来更多的创造，因为公司的价值还是取决于未来。

关于并购我们更加注重大家是否有相同的价值观、相同的理念。在业务层面的具体操作，可以通过现在的 IT 等技术手段帮助我们在异地、在同一个项目上进行有效合作。虽然疫情期间欧洲的同事都是在家办公，但是我们中国团队和海外团队的合作并没有受到明显的影响，整体看我们的工作还在积极有效推进。重要的还是大家一起往前看，一起为客户创造新的价值，这是我们共同努力的方向，也是我们未来获得成果的关键。谢谢！

Q16: 请介绍 ECG 产品的目标市场以及竞争对手、未来的贡献和预期？受疫情影响，公司今年二至四季度营收是否有压力？北美客户的拓展情况怎么样？

答: ECG 产品目前主要应用是在可穿戴产品上进行健康管理，例如耳机、智能手表等，尤其智能手表存在非常大的应用空间，现在几乎变成了标配。我们在这个领域有自己独特的技术特点，所以才能够与客户形成合作。目前看，竞争对手都是欧美的大公司。我们有信心在这个领域通过满足客户新的需求来提升在这个领域的竞争力，从而为客户创造价值。智能手表渗透率和传统手表相比，还有非常大的成长空间。我们在 IoT 领域，从传感器、audio，到整个 IoT 综合应用平台的建设，都有非常乐观的成长空间。

疫情对全年营收的影响，不会像传统的因素只对单方面影响，因为它对供应链和需求两端同时产生影响。现在全球的疫情，虽然在欧美已经看到了一些转好迹象，但是在印度和其他地区也还有很大的不确定性。实事求是讲，我们的屏下光学指纹主要应用是在中高端的手机产品，而且中国市场还是我们主要的营收来源，所以疫情对我们今年整体业绩的影响是可控的。

我们进入半导体设计领域的时间较短，还不能跟高通等世界巨头相比。中国公司拓展海外市场，从技术支持、沟通、建立信任的客户关系，都需要更长的时间来磨合。过去几年我们在这方面持续工作，与海外很多国际品牌都逐渐建立了比较好的合作关系。包括我们收购的 VAS 业务团队，他们在海

外包括美国也有比较好的客户基础。我们在海外业务拓展上目前已经取得的阶段性成效，并把海外业务拓展作为公司长期战略进行持续努力。相信我们和海外大品牌的合作会不断深入，为公司成长提供新的动力。谢谢！