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：2017-008

|  |  |
| --- | --- |
| **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** | 易方达基金 何激，南方基金 王博、陈卓，招商基金 陈西中，嘉实基金 王贵重，中银基金 丁戈，广发基金 观富钦，广发基金 费逸，鹏华基金 董一平，富国基金 孙权，银华基金 范国华，银华基金 向伊达，华安基金 潘东煦，上投摩根基金 黄进，大成基金 戴军、谢家乐，交银施罗德基金 许骁骅，长城基金 陆杨，民生加银基金 吕江峰，中欧基金 袁维德、邵洁，信诚基金 刘锐、吴振华，光大保德信 陈蒙，万家基金 徐进，华商基金 郭磊，海富通基金 范庭芳，宝盈基金 张志梅，国联安基金 高诗，申万菱信基金 张朋，摩根华鑫基金 齐兴方，东方基金 严凯，金鹰基金 樊勇，德邦基金 韩阳，财通基金 冯轶舟，太平基金 应豪，圆信永丰基金 陈臣，中信建投基金 刘锋，北信瑞丰基金 龙耀华，华泰保兴基金 黄俊卿，九泰基金 刘源，红土创新基金 朱然，天治基金 尹维国，诺德基金 孙小明，国都证券基金 康高健，东兴证券公募部 李晨辉，中国人寿资产 张凌炜，人保资产 郁琦，国寿养老 张金涛，中再资产 姜通晓，东吴人寿 吴琳娜，光大永明资产 高翔，太平洋保险 王喆，北京源乐晟 柳士威，国泰君安资管 陈思靖，阳光资产 颜世琳，合众人寿资管 霍霄，华夏未来资本 丁鑫，信诚人寿 金炜，顺沣资产 张潇，融通基金 徐进，易方达基金 何激，海富通基金 范庭芳，光大保德信 陈蒙，申万菱信 张朋，中欧基金 刘金辉，茂典资产 陈赢，常春藤投资 程熙云，景泰利丰 陈江，皇庭资本 唐德华，盛宇基金 祝凯伦，紫金保险 肖柏辰，尚雅投资 杜炜，金柏榕投资 崔墨男，长江资管 吴若宗，衍航投资 匡恒，华富基金 黄嗣杰，清和泉资本 汪斌，兴聚投资 王晓明，兴聚投资 白铂，长金投资 陈东林，中证信资本 刘国丰，六安信保资产 杨灿，相聚资本 王建东，天风资管 任智宇，上海中金资本 邹臣，泓澄投资 张一然，香港HF 古文，天风证券 张昕，海通证券 谢磊，工银瑞信基金 任燕婷，民生加银基金 孙伟，永旺资产 葛鹏飞，重阳投资 陈卓苗，天治基金 尹维国，新加坡APS 刘宏，新加坡APS 徐涛、周俊恺，中再资产 胡焕录，兴业证券资管 杨亦，拓普资产 张钧，驼铃资产 赵忠华，光大证券自营 潘旦扬，青格资产 黎林，友利基金 冯震，宏铭投资 王超，中信证券资管 何信，中银基金 王佳晨，证大投资 颜武荣 |
| **时间** | 2017年8月22日08:30-14:00 |
| **地点** | 公司会议室 |
| **上市公司接待人员姓名** | 副董事长兼总裁姜龙先生、副总裁兼董事会秘书贾军安先生 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | **第一部分：公司情况介绍**  本次交流活动公司采取先交流会，后参观的方式。产线的参观包括：自动化、MEMS封装、SPK产线、注塑、模具等。  公司2017上半年业绩延续高速增长，取得了不菲的成绩，主要是得益于战略转型。  1、管理模式：  公司近期在管理模式上做了很多工作。高速成长的行业里，大家往往会忽视对管理的要求，但如果以精益求精的心态来经营来之不易的利润，其中还有很大的空间可以挖掘。公司在声光电零件、智能硬件等方面采取精细化管理模式，从而保证最大化利润空间，并最小化支出成本。  1）事业部化的管理模式  公司各事业部长大多具有不同背景，比如零件业务的事业部长大多具有制造方面经验背景，智能硬件的事业部长大多具有研发和项目管理经验背景。另一方面，市场出身的难免对成本考虑不周，一定程度上导致资源浪费；而制造出身的往往交付及时但客户满意度不一定够。歌尔对事业部长的要求不止于此，公司要求事业部长要有经营事业部的理念，具备相应的素质和全方位的能力，做事业部的owner。针对这种情况，公司目前在内部进行了多种培训，对核心管理层着力培养。通过向管理要利润，真正走向精益运营的方向。  2）人力资源  制造业最核心的是技师类人才，操作、管理设备的经验和能力非常重要，与工程师和管理人员同等重要。公司称呼技师类人才为工艺师，在歌尔工作不仅有回报，还要有尊严。他们是创造价值的重要来源，歌尔的流动率比同业低很多。未来公司将继续在这方面加强管理、激励力度。  3）大客户事业部  当客户足够大时，公司也会考虑是否要做成专门的事业部，从而能够更好、更高效的服务客户。目前公司实行的是混合化的事业部管理模式：产品事业部+两大客户事业部，履行大客户战略。  4）精益生产  公司力求最大化的资源利用，且将投入只用在应该投的方向，以最大化降低成本、扩大产出。同时，公司保持生产工艺不断完善，控制生产、经营成本，提升产品良率，从而向质量要回报；并且通过保证质量，确保客户分配的份额能够足额供应。  5）向供应链要价值创造  供应链是生产的重要环节，公司对供应商实行分类管理。公司长期保持品质优良的供应商划分为战略供应商，优先分配份额。由此，来确保产品品质的管控将得到保障和持续的改进。  6）智能制造  在工业4.0、智能制造2025的指导下，公司的生产都将大数据化、IT化、智能化，每台设备在何处，原料的状态、位置，工位的情况、良率等，都将及时同步。  2、市场开拓：  1）延续以往的大客户战略  公司在北美、日本、韩国及大中华区都拥有全球顶尖的客户群体，公司通过大客户战略把我们最好的资源整合起来，做到优先级供应，以此保证有限的资源得到最大化的利用。  2）地区部战略  公司将市场分为五大地区部，地区总直接向总经理汇报，以收入、利润为主力目标，彰显了公司的野心和决心。  未来，公司将继续坚持四大战略的发展方向，争取取得更好的成绩。  **第三部分： Q&A**  Q：公司目前声学产品在北美大客户中的份额及对竞争格局展望是什么？  A：公司通过继续加大自动化率、人员招募、大客户配合等方式提升自身能力，且在大客户新一代机型已经取得了一定优势。根据公司业绩预告，三季度公司净利润同比会继续增长，目标是在speaker box、receiver和MEMS麦克风产品力争都做到全球第一。  Q：歌尔的事业部分成了产品线和客户线，又分了地区吗？  A：是的。因为客户同时会有多个产品在做，公司不可能每个产品线都单组一个销售团队，必须有一个统一的窗口来管理，做到不同的分类能够互相协调，互相支持，协同作战。  Q：VR渗透率达到10%是否到达一定门槛？  A：目前VR渗透率还未到10%。公司VR产品客户均比都比去年有所成长，尤其在内容等方面全球几大巨头公司都仍在争相布局，推动了行业的发展。因此，行业的发展无需担心，而且即使行业成长低于预期，歌尔仍然是受益者之一，甚至可能是唯一的受益者。  Q：未来光学的应用是很重要的方向，公司这方面的进展如何？  A：公司的光学产品主要应用于VR/AR，目前已经有产品形态出现；包括几个大类：  1）niche market---赛车应用等，我们参与很多；  2）娱乐类，利用已有的屏幕，加上lens光路，把内容折射出去，加上软件形成互动产品，或者不用手机，把屏加进去；  3）变成日常生活中的产品，把手机应用放到眼镜上，结合语音控制等。  前面两类公司都已有项目在做。  Q：IOS平台的声学器件升级如何带动安卓平台进行升级？  A：随着IOS产品的升级，国内方面也已做出跟随动作。目前防水已经跟上脚步，低频也开始应用，但双立体声还没有上，目前仅在高端客户可以做到声音过高过低时对震膜进行智能控制。  Q：歌尔对Hearable展望是怎样的？  A：目前市场上对智能音箱已经需求越来越火爆，公司很早就布局收购了丹拿音响，拥有了大喇叭能力；目前也在供应麦克风阵列，未来也有志于做智能音箱的整机。目前都有经验积累和潜在项目，未来空间值得期待。  Q：歌尔的资本开支情况是怎样的？  A：公司2016年资本开支在30亿出头，今年预计维持去年水平，明年预计会有所减少。今年因为公司在持续为客户的产品升级和未来需求做厂房、设备等等布局储备。  Q：歌尔未来的融资计划是怎样的？  A：公司扩张速度很快，后续可能还需要资本的支持，但在这方面的脚步总体还是比较慢、比较稳的。 |
| 日期 | 2017年8月22日 |
| 备查文件 | 承诺书 |