

深圳市康冠科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-007

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u> (线上会议) </u>
参与单位名称及人员姓名	<p>中金公司：何伟、褚君 招商证券：王恬、杨耀 国信证券：胡剑、李梓鹏 兴业证券：吴磊、仇文妍 东方财富证券：邹杰、夏架鑫 开源证券：初敏 中再资产：王国言 博时基金：吴渭、陈雨薇、王赫 平安养老：丁劲、金立、杨冬冬、王朝宁 人保养老保险：匡恒 中金资管：杜渊鑫 前海开源：曲弈铭 盘京投资：王莉 交银施罗德：郭斐、于畅 富国基金：王昭光 宝盈基金：陈金伟 华安基金：刘文靓 中融基金：马步青 鹏华基金：王威 长城基金：林皓 中银基金：刘腾 南方基金：朱茱扬 中邮创业基金：王瑶 西部利得基金：侯文佳 光大保德信基金：杨一飞 创合金信基金：周志敏 红土创新基金：张洋 聚鸣投资：王宇俊 禾永投资：焦云、顾义河、马哲峰 衍航投资：庞兴华 五矿资本：苏灵 慎知资产：邓思浩</p>

时间	2022年7月21日、7月22日、7月25日
地点	公司会议室
上市公司接待 人员姓名	副总经理兼董事会秘书：孙建华 董秘办公室主任：范誉舒馨
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>问题一、今年上半年业绩表现很好，贡献点主要在哪里？</p> <p>答：今年上半年业绩较去年同期有较大增长的原因包括：（1）去年上半年有面板价格高，IC芯片缺货，生产供应不及需求等情况，而今年上半年以上情况均有改善，可以满足正常生产需求；（2）智能电视领域：全球范围的市场需求可能是下降趋势，但是基于我们差异化的市场策略，新兴市场国家的智能电视尺寸需求差异较大，有以小换大的更新换代需求，所以在智能电视领域我们也有业绩增长；（3）智能交互平板领域：海外市场从2015年开始萌芽，起步较晚，因疫情、通胀等原因，外销市场年平均有30%左右的增速，我们的出货量有增加；（4）受益于人民币贬值及政府补贴等多重积极因素影响，综合导致上半年业绩表现亮眼。</p> <p>问题二、公司今年推出了很多创新类显示产品，能介绍下该类产品的情况吗？</p> <p>答：公司创新类显示产品目前主要包括以下几款：运动镜、AR美妆镜、双面屏、移动智慧屏等，公司2021年的研发投入共计约4.7亿，有很大程度投入到了智能交互显示及创新类显示产品上，希望能在维持智能电视、智能交互平板等主要产品业务的基础上，在创新类显示产品领域能有新的高成长产品出现，提升公司价值。</p> <p>分产品具体来看：（1）运动镜：产品模式是以智能硬件+互联网内容运营的方式，目前还属于前期阶段，但对国内市场来说，随着人们对身体健康的不断重视，市场可能会快速增长，我们认为该产品是非常好的赛道。公司从2020年开始做预研，具备先发优势，产品目前以ODM模式与客户合作；（2）移动智慧屏：是公司自有品牌KTC出品，定位为可移动的智能交互平板，今年6月份开始销售，目前市场反馈较好。随着现代人对电视需求减少，对上网课、看电影、移动办公等需求的增加，这款产品可能会有快速增长，同时ODM客户对该产品也有较高兴趣；（3）AR美妆镜：是由公司自有品牌福比特推出的一款10英寸大镜面+8英寸智能触摸显示屏的美妆镜产品。具备观看美妆、美肤、美发视频、语音操控等功能。</p> <p>问题三、智能交互平板的应用可分为教育市场和会议市场，公司针对这两类市场的策略是怎样的？</p> <p>答：针对教育平板市场。我们的目标市场主要在海外，并且跟海外市场的前几大品牌客户都有合作。我们的策略是负责产品研发设计和生产制造，客户负责销售和应用软件的开发，通过我们的研发和制造优势为客户提供差异化的定制服务。</p> <p>针对会议平板市场，该市场从2016年开始兴起，作为一个有前景的市</p>

	<p>场，我们看到机会以后就推出自有品牌皓丽来进入会议市场。我们的策略是一方面通过皓丽去推动市场的开拓，一方面利用我们的研发和生产制造优势，继续加强与其它品牌客户的合作。</p> <p>问题四、公司主要业务的海内外占比？</p> <p>答：按公司2021年的营收结构来看，80%左右是海外，20%左右在国内，其中智能电视主要海外出货区域为：东南亚、南美、北美、欧洲；智能交互显示产品主要海外出货区域为：欧洲、美洲、亚太、其他区域。</p> <p>问题五、怎么看待未来会议类智能交互平板行业市场情况？</p> <p>答：会议类智能交互平板大约从2015年开始萌芽，起步较晚，现在市场还处于宣传培育阶段，行业渗透率较低。最近两年因为疫情、通胀、俄乌战争的原因，该类产品的增长速度在20%左右。</p> <p>问题六、明年的主营业务趋势怎么看？</p> <p>答：智能交互平板的海外市场平均增速大约30%，国内市场大约10%左右的增速。电视领域，新兴市场国家有大约10%左右的增速，创新类显示产品起点基数低，但是增长很快，我们非常看好。</p> <p>问题七、海外智能交互平板的竞争格局？</p> <p>答：目前智能交互平板以65、75、86、98寸几个尺寸为主，国内面板的供应占全球比例的70%左右，其中大尺寸的65、75在G10.5线上是最经济切割，G10.5线全部都在国内，同时国内在智能交互平板的产业中发展最早，所以海外品牌都是通过ODM方式与国内生产企业合作，海外品牌主要以市场开拓为主。我们因为在背光、模组、主板、触摸框等技术上都有储备，并且以专业做ODM服务为主，所以会有一定的竞争优势。</p> <p>问题八、公司自有品牌和ODM业务的定位区别？</p> <p>答：整体来讲，两块业务都是未来的发展方向。但在产品类别和市场定位上有所区分。我们有智能交互平板和智能电视以及创新类显示产品三大类业务，在这些业务中，根据交互平板在下游的应用，分为教育平板市场和会议平板市场，在教育平板市场和智能电视业务中，我们不做品牌的推广，只侧重于研发设计和生产制造，客户负责销售环节，通过这样的方式和客户深度绑定，共同推动业务增长。在会议平板市场和创新类显示产品业务中，未来计划用自有品牌和ODM业务模式去开拓市场。</p> <p>问题九、公司业务主要以外销为主，汇率波动对公司的影响如何？</p> <p>答：公司的产品80%左右销往海外，而原材料有55%左右也是美元结算，所以汇率波动对公司的影响一部分是相抵的，同时公司还会做一些汇率套保业务来减少汇兑风险。一般来说，人民币贬值对公司的业绩有正面影响。</p>
附件清单（如有）	无

日期	2022年7月25日
----	------------