

# 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：2024-001

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	中金资管、长城基金、泰康资产、平安证券、华安证券、开源资管、信达澳亚、财通资管、鑫元基金、安信基金等 11 人	
时间	2024年1月15日	
地点	公司会议室	
上市公司接待人员姓名	董秘办主任兼证代：范誉舒馨 证券事务专员：杨晓燕 证券事务专员：刘晓玲	
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>问题一、公司新设立了惠州康冠汽车电子有限公司，请问公司在车载智能显示领域当下的布局是怎样的？</b></p> <p>答：公司已于 2023 年 6 月成立惠州市康冠汽车电子有限公司，为公司全资子公司，公司欲布局领域为智慧座舱、汽车配件的制造、销售及创新应用等。目前创新类显示产品智能美妆镜应用到汽车上已有进展，公司近期取得一项名为“一种汽车遮阳板”的专利，整体上将镜面功能与触摸显示的功能结合一体，可运用于公司镜面显示产品，使该类产品的功能更丰富，体验感更佳，能够满足大众多样化的功能需求。该产品已成功中标某全球知名高端汽车品牌合作开发项目，当前处于验证阶段，具体量产时间待定。</p> <p><b>问题二、公司陆续推出了自有品牌，请问目前公司各自有品牌的出海情况如何？</b></p> <p>答：公司在自有品牌方面的战略模式为“自有品牌先行，全球 ODM 并举”，目前旗下有 3 个自有品牌，包括“KTC”、“皓丽 Horion”和“FPD”。其中，“KTC”主要经营电竞显示器、移动智慧屏等产品；“皓丽 Horion”主要经营智能会议平板类产品；“FPD”主要经营智能美妆镜、智显屏、平板电脑、VR 眼镜等智能家居类产品。皓丽自 2019 年启动海外市场战略，目前已在全球多地设有独立运行的“皓丽办事处”，产品远销全球 30 多个国家和地区。KTC 电竞显示器自 2023 年起在海外进行销售，销售情况良好，2024 年有望保持高速发展。</p>	

**问题三、公司产品在之前主要出海方式是通过 B 端，那现在推出自有品牌后，客户和依赖的出海途经是哪些？**

答：“皓丽”海外销售主要通过渠道、代理商等模式，“KTC”海外销售除了各国各地区的电商平台（亚马逊等），也有线下的渠道分销商等模式。

**问题四、公司推出了灵境 VR 一体机，请问公司目前在 VR 领域的进展情况如何？**

答：灵境 VR 一体机是公司自有品牌“FPD”的产品，包括支持 6DoF 交互体验和支持双击穿越虚拟现实等功能。公司将在 AI、AR、VR 等前沿科技领域不断布局，积累技术储备，根据产品的用户反馈信息不断升级优化新的应用产品，公司会在创新类显示产品上持续布局，丰富产品品类。

**问题五、公司能否详细介绍一下 MTO 产业合作计划？**

答：MTO 指的是康冠科技可按照海外客户需求在全球复制“康冠超级工厂”模式，为客户提供“技术+设备+供应链”的多维立体式服务。“技术”即协助不同国家的客户实现技术适配的本地化及当地智能产线、智能车间、智能工厂的调试。“设备”即根据客户需求部署工厂硬件基础设施和网络基础设施。“供应链”指的是协同国内供应链完善的配套体系给予海外客户供应链支持。

公司的主要客户在海外，自 2014 年来，海外市场份额逐年提升。根据公司未来三年技术支持及服务中心发展规划，公司拟在全球范围内新建多个技术支持及服务中心，辐射范围涵盖波兰、墨西哥、新加坡、韩国、泰国、巴基斯坦、摩洛哥、埃及、哥伦比亚、巴西、美国、英国、印度、阿根廷、日本等全球主要智能显示终端市场。目前已经在中国香港、中国台湾、韩国首尔、日本东京、美国加州、墨西哥提华纳、阿联酋迪拜、波兰华沙设立全资子公司，该布局使得公司能够进入多个国家和地区的市场，扩大其业务范围和市场份额。

通过 MTO 战略，公司可以将原材料以半散件或者散件的方式出口到对应地区当地进行组装，提高了公司整体周转速度的同时减少仓储和物流的成本。另外，MTO 战略可以提高公司资源的使用效率，将更多的资源投入研发等核心环节，将持续提高公司核心竞争力。该布局有利于提高公司品质影响力、扩大市场份额，有利于提高订单响应、交付能力，有利于完善公司服务网络体系、提高公司技术服务能力。

**问题六、公司目前已经实施了两期股权激励，后续还会继续实施吗？**

答：公司在 2022 年上市后，先后实施了 2022 年股票期权激励计划和 2023 年股票期权激励计划，业绩目标的制定具有积极的激励效果。目前 2022 年股票期权激励计划第一个行权期行权条件已达成，正处在行权期。公司将积极探索并不断健全公司激励体系，提升公司吸引人才、留住人才的能力，进而提高公司核心竞争力。

**问题七、公司智能电视业务在当下及 2024 年发展情况如何？**

	<p>答：根据公司披露的 2023 年第三季度报告，2023 年 7 月-9 月，公司智能电视出货量同比增长 24.41%。公司的智能电视业务主要服务于“一带一路”国家的当地 Localking 品牌客户，原本需求较好，叠加 2024 年有奥运等赛事的催化下，预计此类业务会有一定增长。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024年1月15日