

证券代码：002415

证券简称：海康威视

杭州海康威视数字技术股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-4-19

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他（_____）
参与单位名称 及人员姓名	<p>Awpice Capital Management TerryYao; IGWT Investment 廖克铭; Jarislowsky Fraser Ltd. 恽爽; Omdia 朱文智、张露; 百川财富(北京)资管 唐琪; 柏基资管 林筱茜; 北大方正人寿保险 孟婧; 北京才誉资管 梁天宇、张一诺; 北京诚旻投资 尹竞超; 北京大道兴业资管 黄华艳; 北京高信百诺资管 王亮; 北京国际信托 秦荣; 北京容光私募 韩飞; 北京润泽财富资管 郑旭; 北京致顺资管 刘宏; 北京拙朴敦行资管 张建峰; 毕盛(上海)资管 蔡景彦、张清; 壁虎资管 张小东; 博时基金 谢泽林; 博裕资本 姜涵奕; 重阳战略投资 贺建青; 重阳资管 卫书根、赵阳; 才华资管 石林; 财通证券 李宇轩、杨帆、吴姣晨、郑元昊、杨焯、赵晖; 长城证券 黄俊峰、刘浩然; 长嘉汇精城融资担保 莫文浩; 长江证券(上海)资管 杨书权、罗聪、施展; 浙江自贸区丰琰私募 孙啸; 丞毅投资 胡亚男; 创金合信基金 陆迪、周志敏; 大成基金 石国武、于威业、黄万青、方向; 第一上海证券 黄晨; 东晟私募 周志鹏; 东方阿尔法基金 潘登; 东方财富证券 朱张元、方科; 东方基金 梁忻; 东方证券 蒯剑; 东海证券 张嘉栋; 东吴证券 张文佳; 东兴证券 郑及游; 东证融汇证券资管 鞠然; 杜兹资管 舒殷; 盾矛投资咨询 高源新; 方正证券 景柄维; 丰琰资管 杨安乐; 富达国际 刘旭卿; 富国基金 毛一凡、赵宗俊、胡怀瑾; 高盛(亚洲) 宋婷、胡一帆; 耕霖(上海)资管 曹慧; 光大保德信基金 杨文健; 光大证券 施鑫展; 广发基金 观富钦、卓德麟; 广发证券 李婉云、王亮; 广汇缘资管 曹海珍; 广州九远私募 田颖; 国都证券 翁振杰; 国华兴益保险资管 刘旭明; 国金证券 孟灿、孙恺祈; 国盛证券 陈泽青; 国泰海通证券 杨昊翊、伍巍、肖隽翀; 国泰基金 智健; 国投瑞银基金 周思捷; 国信证券 叶子、章耀; 国元证券 耿军军; 果实私募 蔡红辉; 海南君阳私募 张春龙; 海南羊角私募 解睿; 海月基金 李雨襄; 杭银理财 薛翔、郑亮; 杭州吉川投资 陈吉; 杭州尚科资管 江建军; 泽泉资管 马海华; 豪山资管 蔡再行; 合利信资管 丘智明; 合众资管 王兴林、张看; 荷荷(北京)私募 唐巍; 红杉资本</p>

闫慧辰；宏恩资管 王元平；鸿盛私募 丁开盛；鸿竹资管 张岩；花旗環球金融亞洲 王晓琼；华安证券 来祚豪；华宝证券 杨楠；华创证券 刘雄、胡昕安；华福证券 夏岩；华玖股权投资 张正达；华龙证券 刘磊；华泰证券 黄乐平、于可熠、陈旭东、姜光明；华夏基金 施知序、黄皓、徐恒；华夏未来资管 褚天；华鑫证券 任春阳；华源证券 雷轶；汇丰晋信基金 许廷全、陈平；汇添富 张朋、杨璿、马翔；汇信聚盈(成都)私募 陈乐然；嘉实基金 彭民、李涛、谭丽、杨欢、王贵重；建信养老金 陶静；金新私募 胡芯瑜；金元顺安基金 侯斌；鲸域资管 吴战峰；景顺长城基金 程振宇；九泰基金 赵万隆；钜洲投资 王中胜；兰馨亚洲 储凯俊、许宜哲；蓝海启程(北京)资管 刘春胜；康实私募 吕松；鲁信国际金融 程锋；麦高证券 程宇婷；美丰资管 宋伟；民生加银基金 郑爱刚；民生理财 张作兴；明润投资 高平；摩根大通证券 许日；摩根士丹利 李子扬；南华期货 高翔；宁波圆合金融 岳鹏；宁远资本 张辛洋；诺德基金 崔甲子；鹏华基金 董威、赵花荣、胡颖、杨飞；平安资管 彭茜；朴锐资管 吴喆崑；瀑布资管 孙左君；桥河资管 王超；青骊资管 李署；泉果基金 王苏欣；群益证券投资信托 洪玉婷；仁桥(北京)资管 钟昕；瑞华资管 章礼英；瑞联投资基金 赵常普；睿璞资管 何激；睿远基金 喻磊、赵枫、杨维舟；厦门金宸易笙投资咨询 江梓幸；山西证券 乔俊峰；山证(上海)资管 杨旭；熵简私募 饶小飞；上海宝源胜知资管 王雄辉；上海标朴资管 周明巍；上海博笃资管 叶秉喜；上海晨燕资管 倪耿皓；上海鼎锋资管 周济海；上海东方证券资管 秦绪文；上海度势投资 顾宝成；上海敦颐资管 赵捷；上海方物私募 汪自兵；上海高毅资管 颜世琳、冯柳、王彦玮、金星；上海禾其投资咨询 王祥麒；上海合道资管 严思宏；上海和谐汇一资管 韩冬、凌晨；上海嘉世私募 李其东；上海泾溪投管 柯伟；上海景林资管 徐伟；上海林孚私募 姜军；上海瓴仁私募 许玉莲；上海聆泽私募 翟云龙；上海明河资管 王蒙；上海明沅资管 唐毅；上海盘京投资 王莉；上海朴信资管 朱冰兵；上海睿郡资管 陆士杰；上海森锦资管 刘林轩；上海申银万国证券研究所 刘建伟、洪依真；上海世诚资管 陈之璩；上海思晔资管 尹一；上海沃霖资管 洪少猛；上海湘禾投资 林小伟；上海修一资管 马勤；上海亚商投资顾问 陈一羲；上海毅木资管 陈锡伟；上海匀升资管 饶欣莹；上海证券 梁瑞；上海智尔投资 朱毅霆；上海卓铸私募 西安；上银基金 高茜；深圳国弘联合私募 郑祥；深圳茂源财富管理 钟华；深圳前海辰星私募 严冬冬；深圳申量基金 潘东煦；深圳市千榕资管 贺福东；深圳市前海天成时代资管 奉永青；深圳市尚诚资管 黄向前；深圳市微明恒远资管 张雪梅、张立东；深圳市长青藤资管 谢轩、付小林；深圳中天汇富基金 慕陶；盛博香港 梁焯彬；盛钧私募 童胜；苏州高新私募 高俊；苏州凯恩资管 阮

金阳；太平基金 王达婷；天贝合私募 黄少波；天弘基金 周楷宁；同亨资管 夏天恩；未之光华私募 唐山；无锡士达克投资 陈琼伟；武汉美阳资管 胡智敏；西部利得基金 张昭君、陈蒙；西部证券 李想、杜威、周成、谢忱；湘财证券 王文瑞；新华基金 王永明、赖庆鑫；新华资管 林建臻、马川；鑫焱创业投资 陈洪；行之私募 刘炜；兴业银行 雷棠棣；兴业证券 刘珂瑞、姚康；兴证证券资管 王正、刘欢；循远资管 田肖溪；姚泾河私募 王若擎；野村东方国际证券 李沛雨、李之婧；易方达基金 张坤、田仁秀；易鑫安资管 李伟；银河基金 田萌；银华基金 杜宇、方建；永安财产保险 马步川；永禧资管 王小慈；甬兴证券 应豪、黄伯乐；誉辉资管 董良泓；圆信永丰基金 马红丽；泽泉资管 马海华；浙商证券 刘静一；中国国际金融 朱镜榆、艾柯达·艾尔肯、李廌、李诗雯、周文菁；中国民生银行 黄永军；中国人寿资管 刘卓炜；中国太平洋保险 杨胜；中海基金 陈玮；中荷人寿保险 余玲凤；中欧基金 方申申、王健；中泰证券 刘一哲；中信保诚基金 吴一静；中信建投证券 李楚涵、梁斌、陈思玥；中信期货 张周；中信证券 叶达、夏胤磊；中意资管 陆羽；中银国际证券 张岩松；中域投资 袁鹏涛；中原证券 邹臣、唐月；众安在线财产保险 颜阳；朱雀基金 陈飞；

北京稻信广告 王世海；常熟市天银机电 马永波；长春市京远商贸 朱文军；成都天奥电子任思；大族激光科技产业集团 向华斌；高沃信息技术 秦威；广东岭南资本 郑川江；广西赢舟管理咨询服务 蒙田田；广州天创天艺信息科技 斯伟；果行育德管理咨询 宋海亮；海思技术 纪家刚；浩华益达科技 戚晓强；河北雅之文智能科技 范根昌；慧聪集团 张晓；联想(北京) 高加旺；美年大健康产业 魏国兵；纳弗斯信息科技 李怀斌；彭博行业研究 陈曦；清微智能 张敏锋；厦门百分学咖教育科技 郭文深；陕西慧聪物联网科技 余素玉；陕西协春茂供应链 赵国栋；上海富瀚微 吴斯文；上海华讯网络系统 陈伟；上海敬珺网络科技有限公司 彭国营；上海知诚投资管理 张蔚；深圳乐中控股 张国英；深圳市富鑫达电子 谢建南；深圳市他山企业管理咨询 王志光；TCL 公益基金会 秦风云；维沃移动通信 耿曦；西安火眼智能检测研究院 胡庆龙；新兴际华 崔志明；源泉投研智库咨询 徐安娜；郑州千视信息科技 姜俊辉；中国机械工业集团 韩铁男；中国汽车技术研究中心 邹楠；中铁二院工程集团 蔡中祥；

个人：安少帝、陈柏文、陈军君、丁一文、董华、杜仕誉、方仕聪、傅刘曦、关亚东、管士

	舟、韩滋润、洪楞昕、侯晓然、胡慧晨、胡子坤、李国华、李柠芮、李挺、李元、梁国威、梁家祺、刘涛、刘奕松、刘雨思、鲁培海、罗党练、罗芳、单联君、孙欣、陶龙春、王博勋、王磊、王凌宇、王平然、夏林、杨儒、尹维海、张海伟、钟晓峰、朱仰军。
时间	2025年4月19日
地点	公司总部会议室（电话会议）
上市公司接待人员姓名	董事长 胡扬忠先生 高级副总经理、董事会秘书 奉玮先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司经营情况说明</p> <p>在过去的5个季度里，全球经济形势错综复杂、跌宕起伏；国内经济在转型升级的道路上寻找新的突破点与增长点，拉动国内消费新场景、推动国际贸易多元化，防止过度“内卷”，发力科技创新。</p> <p>海康威视坚持稳扎稳打，以积极、审慎的态度应对各种不确定性，在国内市场保持安防领先地位的同时，从海外市场和创新业务中寻找增长；以利润为中心，推动组织变革和精细化管理，努力实现长期有效益的增长。</p> <p>2024年，海康威视实现营业总收入924.96亿元，比上年同期增长3.53%；实现归属于上市公司股东的净利润119.77亿元，比上年同期下降15.10%。</p> <p>整体来说，国内主营业务的压力相对更大，在提升经营效率的同时，公司会努力把握好AI大模型技术突破带来的发展机遇，推动场景数字化业务在千行百业逐步落地；海外主业凭借公司在全球各地多年深耕细作带来的市场优势地位，营收逐年稳步增长，已成为公司重要的利润增长点；创新业务继续保持高增长，将海康的技术和管理优势转化为各自领域的市场优势，也为公司打开了新的增长空间。2024年，海外主业收入与创新业务收入之和占公司营业收入的比重首次超过50%。</p> <p>国内主业分板块来看：</p> <p>公共服务事业群PBG，实现营收134.67亿元，同比下降12.29%。随着政府投资规模有所压缩，公安、交警等传统业务出现明显下滑，但应急、水利、城市生命线等基础民生业务受益于特别国债的发行，实现逆势增长。</p> <p>企事业事业群EBG，实现营收176.51亿元，同比下降1.09%。工业企业、石化煤炭、电力央企、智慧商贸等业务实现较快增长，中大型企业的抗风险能力和数字化转型能力都相对</p>

更强，也更愿意基于提质、增效、降本的需求，率先使用、推广海康的场景数字化产品。

中小企业事业群 SMBG，实现营收 119.71 亿元，同比下降 5.58%。面对经济下行压力，出于稳健经营的考虑，从 2024 年下半年起，公司主动降低渠道库存水位，保障经营回款质量。

海外主业收入 259.89 亿元，同比增长 8.39%。海外四大区域因地制宜，采取与本地相适应的经营策略做资源投入，一国一策、一品一策。分区域看，公司海外业务收入来源于 180 多个国家和地区，发展中国家占海外收入比重已经超过 70%，广泛的业务来源是海外业务稳定增长的重要保障；分产品看，在海外部分地区，门禁、报警、商业显示等非视频类产品的市场空间远大于国内市场，拉动公司非视频类产品近年来保持快速增长，占比不断提升。

创新业务整体收入 224.84 亿元，同比增长 21.19%。海康机器人、萤石网络、海康微影等主要创新业务均已在各自领域取得领先地位。创新业务的高速增长不仅拉高了公司的营业收入增速，随着其利润回报水平的不断提升，也已成为推动公司利润增长的坚实动力。

毛利率方面，2024 年毛利率为 43.83%，基本保持稳定。2025 年公司将更主动地聚焦有质量的业务，严格审视、压缩在低毛利率产品和业务上的投入。

费用支出方面，考虑到经营环境的变化，在 2025 年公司将继续严控费用，并通过考核方式调整尽量将费用做到显性化分摊，2025 年一季度的营业费用增速已低于收入增速。

存货方面，2024 年公司存货水平基本稳定，公司在 2025 年也会加大对存货和应收账款的考核力度。

经营性现金流方面，2024 年公司经营性现金流净额占归母净利润比例达到 110.74%，体现了公司较高的业务质量。

股东回报方面，公司 2024 年底发布 20-25 亿的现金回购计划，目前回购正在进行之中，回购完成后公司将统一注销股份。2024 年公司的分红预案为每 10 股派发现金红利 7 元，以截至 2025 年 3 月 31 日公司扣除回购专户的总股本初步计算，派发的现金红利总额为 64.35 亿元，占 2024 年归母净利润的 53.73%。将回购与分红两项加总合计，从 2024 年底到 2025 年中的半年里，海康给股东的回报合计超过 84 亿元，超过 2024 年归母净利润的 70%。

汇率方面，公司 2023 年汇兑收益约 2 亿元，2024 年汇兑损失约 2.9 亿元，影响了当期收益。公司保持多币种结算，以减少单一外币带来的不确定性。今年一季度汇兑收益约 2 亿元。

2025 年一季度，公司营收 185.32 亿元，同比增长 4.01%，归母净利润 20.39 亿元，同

比增长 6.41%，扣非归母净利润 19.26 亿元，同比增长 9.44%。本季度经营费用的控制效果较好，公司将再接再厉，以利润为中心，做好经营的优化和效益的改善。

当前，AI 大模型技术兴起，为智能物联产业的发展带来新机遇。回顾过去，多年持续投入建立起来的产品技术、销售体系、生产制造等全方面优势是我们坚实的竞争壁垒；展望未来，公司的增长模式将从收入规模的增长转向高质量的增长，从过去追求规模、跑马圈地的淘金时代，转向基于创新和提升运营效率、追求长期有效益增长的炼金时代。

二、Q&A 环节

Q: 想请教一下关于 AI 大模型的问题，近段时间看到我们公司密集推出大模型相关的产品，同时过去几年中公司也一直在引导市场看场景数字化带来的业务机会，想请问现在公司在 AI 端有什么样的落地节奏和进展，我们的潜在空间、市场格局、发力方向是怎样的？

A: AI 对于智能物联行业来说，会是又一个大的发展机遇，是可以和模拟转数字、标清转高清的发展媲美的一次技术机遇。

具体来说有几点，首先是提升感知智能的上限。通过 AI 大模型的加持，我们可以看到在很多产品上，感知智能的上限得到大幅提升，比如说把视觉大模型应用在周界防范方面，误报率降低了 90%。在机场安检门上，应用毫米波大模型使违禁品漏检下降 86%，帮助产品拿到了民航总局的 A3 认证，这也是全国目前为止唯一一个拿到 A3 认证的案例。另外还有光纤听诊大模型的误报相对降低了 72%、X 光大模型在违禁品识别的应用中漏检下降 75%等等案例。

第二个就是利用多模态大模型拓展感知能力的边界。大家看到海康传统应用是基于视频以及其他感知方式收集信息，而另外一方面，人类的思维和交互都需要使用自然语言，将两者结合的典型产品就是我们今年推出的文搜产品，用户可以通过文本对话搜索各类目标，利用多模态大模型的感知和推理能力让应用更简便。

第三个是拓展认知智能的应用。以大模型为基础，可以深度融合行业知识，构建专业的智能体，赋能产业数字化升级。比如我们可以构建由自然语言驱动的人机交互模式，操作者输出模糊需求，系统反馈一个精准的响应，又比如智能体可以强化语义理解和逻辑推理能力，实现知识的精准提取和动态匹配。

大模型过去几年的发展，最开始是从互联网这类有结构化数据的领域开始，通过数据、算法和算力的迭代产生飞轮效应。往后面发展，因为中国是个制造业大国，有大量的制造业

场景，海康的技术在安防和场景数字化领域不断迭代，在今天大模型能力的加持下，可以开拓出很多原来没有想到的应用场景。我们会在大模型技术上保持技术投入，寻找典型的用户场景，不断建立标杆项目，做商业推广。

Q：我们非常欣喜地看到一季度收入和利润的增速比大多数人设想的更好一些。能不能定性地讲一讲各版块业务的趋势？另外，我们也向外界非常明确的表达了更加重视经营质量，那么在收入和利润方面能否有个方向上的指引？

A：我理解这个问题一方面是对一季度的解读，另一方面是对全年的指引。坦白讲，今天的经营环境还是非常难以预测的，可能大部分公司能把二季度看明白就不容易了。

一季度公司收入增长 4.01%，但实际上营收增长需要跟我们的应收款项结合起来看。公司一季度末的应收账款、应收票据和应收款项融资一共下降 34 亿元，所以其实我们是在大幅控制应收款项的情况下，还实现了 4.01% 的增长。

第二个方面大家可以看到我们对于费用的管控，研发费用和管理费用基本与去年同期持平，销售费用略微增加了 1.8 亿元，这里面有几方面的原因，一方面海外的占比持续提高之后，海外的销售费用比例会高一点，运费会高一点。另一方面，我们销售端的一些调整短期来讲也会带来一些费用。但今年整体来讲，管理的精细化是大方向。

另外还有一点，也是基于谨慎的考虑，我们今年的一季度，不管是信用减值损失还是资产减值损失都稍微提高了一些，也影响了净利润。这就是我们对一季度的判断，公司希望把各种防风险的动作做精细。

目前看行业形势，似乎现在看起来 4 月类似于 3C 行业的一些部门可能因为加库存情况表现还不错，但往后面看，5 月 6 月到底会怎么变，还是要跟着国内外形势一步步观察。

Q：过去 5 年公司都没有再设立新的创新业务，之前公司也在推动着海康机器人的上市工作，现在公司表示会更加注重利润，那么有个与之相关的问题，是否会继续用创新业务这个孵化机制，保障业务增长和员工激励的平衡？

A：公司除了 8 个创新业务以外还是不断地在孵化新产品的，但是并没有用创新业务子公司的形式，而是放在海康公司体内来孵化。从 2016 年开始公司把电磁波全面展开以后，在近几年时间里，有许多非视频类的产品，包括高端类的科学仪器、跨光谱融合的产品就放在海康股份公司来做。关于机器人上市的信息，可以关注相关的公告，有任何进展都会通过

公告体现。

从 2016 年以来公司做了不少工作，拓展光谱的工作可以讲到今天基本成型了，同时公司也在不断推动安防业务的深化和完善，也包括将 AI 大模型的能力融入整个产品体系。如果看未来 10 年我们还要继续拓展哪些大业务，那就是把多种光谱进行融合，也包括进一步拓展智能感知和科学仪器这些更前沿的业务，谢谢。

Q: 目前可以看到公司大模型相关的硬件产品在不断地推出，就意味着我们大模型算法相关的投入在硬件端不断变现，而我们的的大模型功能对于客户来说是能力上的提升和改善，我们如何评估这些产品带来的利润增厚的效应？另外，看到我们的研发专利也很多，这些专利等等投入带来的利润增厚应该怎么评估？

A: 海康在大模型上的投入是比较多的，公司比较关注感知大模型和多模态大模型，在语言大模型方面投入不大。感知和多模态大模型算法和我们现有的业务可以很好的融合，不管是对视频，还是 X 光、振动、毫米波等等产品，都可以提升产品性能，在检出率、检准率上都有很大改善，而文搜 NVR 这样的产品利用多模态大模型，可以带来很多应用上的变化，解决以前我们在录像搜索方面遇到的困难和挑战。

可以讲，现在很多产品都在不同程度上引入了相应的大模型技术，我们相信肯定能够给客户带来更多的价值，但这个价值怎么体现？我们也很难说，我们知道的是至少海康在这一波大模型浪潮到来的时候，在感知大模型和多模态大模型上把握住了机会，这个机会的大小最后还是由市场来确定。

在专利方面，海康现在比以前更加的理性，以前更多地追求专利的数量，现在更重视专利的质量和价值。我们未来会保持这样的策略。

从 2016 年开始特别是 2018 年以后，我们的研发投入是不断加大的，研发费用率从 2016 年的 7.62% 增加到 2024 年的 12.83%。当然研发费用率的提升一方面有收入不达预期的影响，但另一方面我们确实希望通过在技术上的持续大力度投入，来提升我们的产品性能，增厚产品的品质和功能，让产品更有竞争力。走到今天，大模型这一波的机会我们自认为抓住了，可以算是基本到了一个大投入阶段的结束，这时候适合来做一些投入上的控制了。

由于外部节奏的变化，现在产品的更新换代节奏比以前慢，所以我们要放慢脚步来做新的投入。我们也在不断思考未来 10 年要做什么样的业务规划，我们的研发投入依然会保持一定的强度，但是从当下的情况来看，未来几年到了研发占比逐步下降的阶段。

Q: 关于场景数字化业务，它的合作模式从过往基层部门（如保安部门），转变成了一把手工程。在过去几年，我们跟运营商等千行百业的头部企业签订了战略合作协议，我们的煤质快检也是一个比较好的合作案例。请问目前场景数字化拓展到了一个什么样的阶段，对我们内部来讲，销售、研发等战略如何调整？

A: 我们原来主要专注于安防业务领域，我们把电磁波、声波展开应用时，很大一部分仍然是在安防业务里面进行技术扩展和产品线的扩张，比如毫米波、红外、声波、X光等，最初都是在安防业务中得到发展的。当它拓展到安防以外时，我们统称为场景数字化，无论是在社会治理上面的需求，比如环保、应急等，以实现社会资源、自然资源更好的利用；或是在企业提质增效降本、安全生产等方面，这些技术的应用已经不再局限在传统安防概念了，它会有很多个性化的需求，这促使我们要把基础打得更扎实一些。所以当我们在 2016 年开始把技术铺开以后，我们才能在各种场景结合多种技术组合，更好地满足用户的需求，从而提升我们 PBG、EBG 对用户需求的满足能力。在拓展的过程中间，我们也探讨新的模式，包括跟众多行业用户、先锋用户走得更加紧密，相互探讨如何将技术更好地应用到特定产品上，以及在特定场景下如何组合不同技术来满足或解决当下的问题。

我们原本的安防业务相对比较成熟，场景数字化业务目前还处于起步阶段，以往适用于传统安防业务的研发、营销的组织架构已不再适合当前的业务发展需求，所以我们也到了对原来的组织进行适当调整，甚至重新组建新组织的阶段。在过去开展创新业务时也面临类似的情况，当时我们采用的方式是建立相对独立的组织架构。比如萤石建立了自己的营销网络和独立的研发体系；海康机器人也建立了独立的小体系，包括我们有些新的业务也建立了自己独立的营销体系，只是有些营销体系跟海康走得更紧密一点，有些松一些。现在海康主要针对场景数字化业务进行调整，首先需要对原有的组织架构进行优化，基础安防业务的营销体系也要进行调整，因为现在产业的成熟度不一样了。

接下来，我们可能还需要一两年甚至更长一点的时间对现有的研发和营销体系进行适当的调整，调整过程会比较缓慢，不会是那种大刀阔斧的、很快就能见到明显效益的速度，但我们将会持续不断地进行优化和调整。

Q: 很高兴看到公司海外业务加创新业务的收入已经超过国内的主营业务了，请问美国最近的对等关税政策，对公司有什么影响，以及公司有什么应对措施？

A: 美国对等关税对海康的影响, 我们首先从美国业务的角度来看。美国的业务实际上从 2018 年开始就受到 NDAA 的制裁, 此后又面临一系列制裁措施, 特别是 FCC 带来的冲击。FCC 落地差不多快三年了, 美国不给我们新产品的认证, 我们只能销售此前已获认证的产品, 新的产品无法进入美国市场, 因此我们在美国的市场也是处于逐步收缩, 继而逐步退出的状态。目前, 美国业务占我们海外收入的 3% 不到, 比重非常小, 占整个公司的营收就只有 1% 不到。所以, 此次对等关税政策对我们的影响相对较小。

另一方面, 美国对等关税政策对全球经济的影响程度还需进一步观察。至于该政策对某些国家或某些区域带来的具体影响, 以及对整体业务的影响, 仍需持续关注, 总的感觉对我们影响不会那么大。因为我们海外销售的产品主要是技术产品, 且业务模式主要侧重于渠道和分销, 面向 SMB 客户, 虽然可能会受到一定影响, 但整体影响有限。谢谢。

Q: 最近很热的一个词是 AI, 我们看到 AI 似乎能够做一些自动化的工作, 请问胡总关于 Agent AI 趋势出来之后, 对海康现在的商业模式有什么影响, 或者会有什么业务的新的机会?

A: Agent AI 的出现对众多行业都会带来很大的影响, 我们也在积极应对并做出相应调整。在去年我们将内部的一些工作提取出来, 借助 AI 语言大模型来执行相关工作。我们业务端也在做一些调整, 包括我们现在再次给海康云商业平台做比较大的调整, 通过应用 AI 智能体的技术, 为公司日常研发或营销活动提供支持, 来提高我们的运营效率和工作质量。谢谢。

Q: 我看到年报里面写了很全的产品线, 公司基本上实现了从原来的纯视觉感知拓展到全场景的感知, 产品线和 SKU 增加得都很快。请问后续针对这么多的 SKU 怎么样去管理, 和今年计划做的精细化管理之间, 怎么样去做一个平衡?

A: 我们原来做安防、做监控的时候, 也把我们的产品线做得很丰富, 让客户选择海康就能满足其全部需求。早期的时候, 哪怕做个监控, 可能需要几个厂家的产品组合起来才能解决问题。后来我们在做监控、做安防、做报警门禁, 到现在做感知, 拓展电磁波、声波等技术, 用了接近 10 年的时间走到今天这一步。

从过去 2005 年开始, 海康一直采用小品类、多品种的模式, 研发、生产、销售都是围绕小批量、多批次产品在运转的, 产品型号众多, 每个订单规模都很小, 在碎片化市场构建

我们独特的业务模式。我们也用榕树来描述自己，业务在发展过程中会不断调整变化，对于某些不太合适的产品线，我们会及时优化。所以我们的业务拓展过程就是不断的扩张与收敛的过程，未来很长一段时间仍将保持这种模式。

相比之下，国外的一些大公司，包括美国、欧洲的企业，他们更多的选择资本运作的方式，通过产业并购去拓展它的产品线和业务。并购以后再做很多的整合，包括供应链、营销、研发的整合，从多品牌、多平台逐渐过渡单品牌、少平台的模式。海康在过去这些年主要依靠内增长的方式拓展我们的业务，虽然内增长的方式比资本运作的方式（如并购、兼并）来得慢，但它有独特的优势，尤其是在早期的时候能够更好地实现业务的融合。谢谢。

Q: 看到咱们去年也多了煤质快检、炉膛测温等 EBG 相关的新产品，但 EBG 整体的收入仍然出现下滑，请问后续怎么看待 AI 加 EBG 增长的情况，什么时候可以期待有所复苏？

A: 在做这些业务的过程中我们不可避免地涉及到场景数字化，不同的产品有不同的需求，首先我们要构建我们的技术平台，如果技术平台的基础不够厚实，在解决客户提出来的问题的时候，我们解决问题的手段有限，所以我们在过去一直不断在打破和重组自己的技术平台，进而延伸到产品平台，使得一些产品平台逐渐走向成熟。在打造的过程中，也需要花很多时间和精力，这些产品线的开发周期都比较长，不是短时间可以推出的。刚才提到的煤质检测，它的技术应用较为广泛，这可以看作是科学仪器中光谱仪的一种演变，在演变过程中融合了一些其他的技术，从而实现在线检测功能。未来针对特定场景去解决客户特定需求，将作为海康未来十年的一个主要发展方向。

关于 EBG，我们需要结合中国经济的调整时期来看。去年下半年，EBG 的业务也是负增长，这是一个正常状态，因为我们海康的业务主要是安防。回顾过去几年，中国企业在很大程度上受益于投资拉动的红利。在经济波动的背景下，许多企业会变得更加谨慎。我也拜访过一些规模比较大企业，他们在技术改造和升级换代方面开始放慢节奏。目前我们要面临的问题，主要是提质增效降本的需求，包括特定行业的一些企业中安全生产提升等需求。我们发现很多场景目前还处于“黑盒子”状态，他们的运行状态是不清楚的，也未通过数字化治理转化为可管控的过程。所以我们再看未来 EBG 的市场，一方面可以借助 AI 技术，另一方面可以利用场景数字化的优势，从而更好地进行管理、运营和增效降本。所以，我对企业数字化转型这一方向依然非常看好。谢谢。

Q: 一季度的收入已经实现转正, 请问国内主营业务是不是在去年已经见底了? 怎么看今年的机会和挑战?

A: 过去的这三年, 我们都体会到业绩的波动, 22 年一季度业务增长还是不错的, 二季度开始逐季度下行。到了 23 年的一季度、二季度开始回升, 到四季度很好。之后 24 年一季度延续了 23 年四季度的情况, 但二季度开始反转, 我们的业务又开始逐季度下行。

今年一季度国内主营业务相对去年四季度还是有改善, 但依然下滑。国内主营业务, 包括传统的安防业务和场景数字化业务, 仍然比较低迷。但海康在过去这些年做了创新业务、海外业务, 因此业务整体平衡性相对更好一些。至于今年的业务情况会不会延续现在的状态, 还是说像过去几年一样, 基本上以一年或 5 个季度左右为一个周期在变化, 还是说会延迟到更长的时间周期, 我们会持续观察, 谢谢。

Q: DeepSeek 出来之后, 国内关注度很高, 很多互联网公司也加大了云计算的数据中心的投资, 政府也采购了一些一体机。请问像这样的开源的大模型出来以后, 对海康的业务会带来什么机会吗?

A: DeepSeek 这样开源的大模型出来后对我们来说肯定是一件好事。大约两年多前, 我们在业务定位的时候, 选择聚焦在感知大模型和多模态大模型上面, 我们做的语言大模型, 包括文搜产品的语言大模型, 其实是很小的简单模型, 通用语言大模型不是我们的技术方向。我们原有的多维感知的多模态大模型, 首先是融合了我们的业务和技术方向, 其次在一些场景下, 开源大模型可以变成我们的一个工具, 需要的时候, 就把它集成进来, 所以在一些新的产品线里, 我们会集成开源大模型, 不只是 DeepSeek, 还包括其他公司做的开源大模型。因此, 我们觉得这些开源大模型对产业的发展、对我们业务的发展都是有利的, 谢谢。

Q: 今年一季报的毛利率相比去年四季度有较大的提升, 请问具体有哪些对毛利率的正面和负面影响因素?

A: 一季度的毛利的提升有公司调整业务的因素。过去的这两年, 我们是希望业务往扩张模式发展, 到去年下半年我们开始调整, 对于毛利率好的产品线要持续投入, 对于毛利率差的我们开始做一些调整, 可能会对外延的一些产品适当的收缩。从营销的角度也在根据毛利状况决定投入力度, 所以对毛利率的改善有影响。

另外毛利率改善也与行业的竞争有关系, 如果行业的玩家都还要卷, 毛利率肯定会继续

下降。但如果这个行业的玩家都想适当的控制，毛利率会好一些。而头部玩家对整个行业的毛利的影响比较大，所以海康在主动地调整，用了半年时间，从过去以收入为中心的模式，转到了以利润为中心的模式上，对一季度的毛利率也有影响。

Q: 去年公司对下游经销商采取低库存的策略，请问今年是否会延续策略，有哪些考虑？

A: 今年 SMBG 经销业务也回到以利润为中心，因此很多以前做的营销的方式、策略都会调整，降库存只是其中的一个方式。以前经销模式是压货的方式，而现在我们在放弃这个模式，因为互联网的信息化建设让物流的速度提升了，所以我们把营销的重点放回到了市场活动方面，而不是压库存、搞促销这个模式。今年会坚持这个策略，谢谢。

Q: 目前大家对国内 AI 产业的信心正在提升，请问前面提到研发投入会谨慎，是结构性的吗？比如 AI 领域的投入还是会继续加大？

A: 研发投入更加谨慎有几个方面：第一，以前可能企业希望以扩张的方式增大收入，获得商业的成功，但现在来看，中国经济和国际产业发展到今天，能让企业横向扩张的机会在减少，所以我们在横向扩张的时候要变得非常的谨慎。第二，过去我们是靠产品的快速迭代来获得市场份额，但现在产业发展的节奏在变慢，靠投资拉动的用户更新换代的需求在变慢，所以我们产品的节奏速度也要控制下来。

但是，AI 大模型带来的影响是巨大的，所以 AI 的投入依然会继续加大，谢谢。

Q: 展望未来 3-5 年，请问哪个或者哪几个创新业务可能更值得投资人去重点去关注？

A: 我们对孵化的 8 个创新业务肯定都看好，不看好我们就不会去做这样的投入。现在 8 个创新业务中有 5 个已经有了一定的规模了，在自己的行业里面，找相应的、适当的位置，很多机会是自己把握住的，市场发展也给我们带来机会。因此，我们肯定每个业务都看好，我也相信 8 个创新业务不会每个都做得很好，在这个过程中，主要是创新业务各自的团队来拓展他们自己的业务，首先还是要做的更实更稳一点，其次扩张的过程中是比较谨慎的。能把现有的业务做好，我觉得已经非常不错了。

Q: 我们看到红外技术在车上也开始有一些应用，请问汽车电子在整合了森思泰克后，有没有可能再去拓展一些新的传感器？

A: 16年我们投资了森思泰克,在毫米波这个波段进行合作,毫米波最大的应用在车载上,所以我们去年和汽车电子完成了整合,建立了从摄像头、毫米波雷达,到控制器这一条线的能力。红外我们现在放在微影里,微影从探测器做起,到模组、整机。如果后续汽车行业红外的用户和需求增长,我们也会通过汽车电子把红外相关的产品带入汽车的乘用车前装市场里去。

汽车电子目前我们有几块业务,乘用车的前装业务、后装业务,商用车业务,毫米波雷达的业务。毫米波雷达在过去的10多年的时间,在安防行业里有一定的应用,在交通领域,比如测速、车流量的统计等有应用,在工业场景里也有一些应用。汽车电子里面乘用车前装是最大的一块,怎么能让它更好地来盈利,怎么在产业的发展找到自己合适的位置,是我们一直在努力的,谢谢。

Q: 近年来,海外业务营收占比持续提升,海外营销投入有所增加,同时海外毛利水平也比较高,可否从市场空间、盈利空间以及重点发展方向等方面,请领导分享一下您的看法。

A: 海康威视的海外业务经历了20多年的风雨历程,尤其是美国制裁对我们的影响较深,不仅是对美洲,也涉及对欧洲及其他国家的业务影响。在这一过程中,公司不断调整战略,以应对不同国家和地区的市场变化。这些年来,我们的海外业务依然保持了稳健的增长。

最初,我们在海外主要通过分销渠道进入市场,类似于国内的SMBG业务。随着业务的扩展,公司在10多年前开始进入海外的项目市场,对应国内的PBG、EBG业务。目前,项目业务在海外已初具规模,但渠道业务的海外营收占比仍然更大,这与国内业务的结构有所不同。

为了更好地适应不同国家的市场环境,我们采取了一国一策的策略。公司目前在全球设立了80多个办事处或子公司,并将业务分为泛欧、泛亚、中东及非洲、美洲四大区域。每个国家的市场策略根据其经济状况、政策环境和市场需求进行调整。例如在新加坡,我们的项目业务占比较大,而分销业务占比较小。在一些经济规模更小、没有太多集中产业、经济主体以中小企业为主、政府领导力偏弱的国家,我们的渠道分销业务仍则占据主导。也有一些国家,我们曾在项目业务上进行过较多投入,但由于美国的制裁,我们不得已退出项目市场,仅保留分销业务。

在毛利方面,海外业务毛利其实与国内相差不大,维持在45%左右。近两年,随着国内

市场竞争加剧，毛利有所下降。相比之下，海外市场的竞争相对缓和，毛利保持稳定。特别是在发展中国家，发达国家厂商逐步退出市场，为中国的企业提供了更多机会。在发达国家，由于美国的制裁，发达国家的厂商获得更多增长机会。

在 AI 技术的应用方面，不同的国家的消费能力不一样，对 AI 的需求也不一样。例如，周界报警在发达国家的需求是比较高的，大模型带来检出率、检准率的提升，误报率下降一个数量级。在发达国家，可以利用 AI 做硬盘录像机的回放分析，如新推出的“文搜”功能的成效就比较明显，但在一些经济欠发达的国家，AI 产品和技术的需求还相对缺乏。为此，我们根据不同国家的具体需求展开不同的产品策略。

此外，公司在海外本地化方面也取得了一定进展。自 2013 年起，公司推进本地化战略，招聘当地员工。目前，甚至在一些国家和地区的本地员工的数量已远超中国员工，这一策略有助于公司更好地融入当地市场。

总的来说，公司海外业务在近几年保持了稳健的增长态势，没出现过负增长的情况，相信未来几年海外业务发展还会比较稳健。

Q: 在 2024 年的年报中，公司对云眸业务的描述比往年有所增加。考虑到 AI 技术的发展趋势，公司是否观察到用户和整个行业对云端算力的重视程度有所提升？另外，公司在云眸业务上的布局主要集中在公有云部署，私有云部署相对较少。请胡总分享一下公司在这方面的战略思考和未来规划。

A: 海康威视深耕安防市场，对于云的业务非常谨慎，ToC 和对小微企的业务主要是萤石在做，萤石提供云服务，主要是公有云的部署。公司云眸业务主要基于公有云平台，在萤石云上构建云眸 PAAS 平台，最初主要服务于大型连锁企业，帮助其管理分布在全国各地的分支机构和营业点。经过约 8 年的发展，客户对云眸的接受度逐渐提高。随着公司场景数字化战略的推进，云眸不仅继续支持大型连锁企业的业务需求，还将拓展到更多领域，如设备设施的监测、管理及维护等。未来，公司将把云眸平台打造成一个生态系统，为更多用户和服务商提供更全面的服务。谢谢。

Q: 此前领导提到，公司对海外非视频业务比较重视。可否详细说明公司在非视频业务方面的竞争力及未来拓展计划？

A: 海康威视的业务起始于国内监控和安防领域，随后逐步拓展至海外。在国内，安防

	<p>监控业务发展迅速，但报警和对讲业务相对较小，尤其是报警市场；而在国外，尤其是发达国家，报警业务（如报警主机等）产品线发展更快。门禁类产品由于国内外小区管理和物业管理方面的差异，导致业务成熟度的不同。对讲业务的差异主要源于国内外住房结构的不同，许多海外国家以别墅为主，而中国则以公寓为主，带来不同的业务需求。</p> <p>公司从 2011 年开始涉足报警业务，随后扩展到门禁和对讲机产品，并在国内进行了长期的打磨。在海外市场，非视频产品无论在发达国家还是发展中国家都面临机会。同时，公司不断打磨非视频产品线，在过去五六年间取得了较好的发展，近年来非视频业务在海外增速相对视频产品更快。公司在海外还拓展了多个产品线，包括商业显示（如会议平板）、LED 等产品等。</p> <p>创新业务也在往外走，如萤石网络的智慧家居产品、微影的热成像产品（如打猎市场）及工业测温产品、海康机器人的工业相机及 AGV 产品、海康存储的智慧存储及睿影的 X 光机等。其中，萤石和微影的海外占比已经比较高了，其他产品线在海外市场的占比，将在未来五年或更长时间逐步提升。此外，国内场景数字化业务如果取得较好进展，也会向海外进行推广。目前，公司海外收入（含创新业务海外收入）约占总收入的 1/3，我们希望未来这一比例进一步提升。</p>
<p>附件清单</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2025 年 4 月 19 日</p>