

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：2024-8-17

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>Anakaa Capital Limited Grace Wang; Arohin International Limited Vivien Cao; IGWT Investment 廖克铭; Jarislowsky, Fraser Limited Shuang Yun; 百川财富资管 唐琪; 北大方正人寿保险 孟婧; 北京桉桉资管 周文博; 北京博星 刘阳; 北京诚盛资管 吴畏; 北京高信百诺资管 王亮、李广帅; 北京黑森资管 孙小东; 北京汇信聚盈私募 陈乐然; 北京金泰银安资管 王厚恩; 北京容光私募 韩飞; 北京润泽财富资管 郑旭; 北京神农资管 汪洋; 北京亿鲲私募 杨成溪、臧文浩; 北信瑞丰基金 石础; 毕盛资管 蔡景彦、王兴林; 彬元资本 陈海亮; 彬元资管 张颖恒; 博笃资管 叶秉喜; 博时基金 于福江、谢泽林、陈鹏扬; 才华资管 范军辉; 财通证券 王鑫、吴姣晨、郑元昊、董佳男、杨焯、邓芳程; 长城财富资管 胡纪元; 长城证券 刘浩然、黄俊峰; 长见资管 刘志敏、唐祝益; 长江证券资管 杨书权、罗聪、诸勤秒; 长信基金 李宇; 招商信诺资管 林威宇; 晨燕资管 倪耿皓; 成芳资管 郭敏芳; 重阳投资 赵阳、贺建青; 创金合信基金 陆迪、李晗、郭镇岳、周志敏; 创享欢聚投资 虞峥; 大成基金 侯春燕、于威业、李博、王晶晶; 大家资管 范明月; 旦成投资 尹克成; 淡水泉(北京)资管 陈晓生、丁湛镭; 道翼资管 唐皓; 德邻众福资管 何开放; 东北证券 冯浚瑒; 东方阿尔法基金 潘登; 东方财富证券 吕林、童心怡、朱张元、方科; 东方红资管 张明宇、刘锐; 东方证券 张开元、蒋蛟龙; 东莞市凯诺资管 张沈新; 东吴证券 王润芝、马天翼; 东兴基金 张胡学; 度势投资 顾宝成; 方正证券 景柄维、陈嵩; 丰琰资管 孙啸; 复胜资管 刘涛; 富安达基金 沈洋; 富敦资管 梁行健; 富国基金 顾飞飞; 富荣基金 郭梁良; 高盛(亚洲) 郑宇评、张璇; 高毅资管 冯柳、颜世琳、张新和、王彦玮、孙庆瑞、金星; 耕霖资管 张俊龙; 工银安盛资管 刘尚; 工银瑞信基金 景晓达、李迪、曾剑宇、万力实; 光大保德信基金 邵琳; 光大证券 王之含; 广东丹禾易嘉资管 郭志稳、郭永麟; 广东冠达菁华私募 岳永明; 广东睿璞资管 何激、郑劫; 广东熵简私募 饶小飞; 广东正圆私募 吴皓月;</p>

广发基金 程琨、卓德麟；广发证券 李婉云、王亮；广西桥河资管 Ryan Wang；广州鲲毅投资 秦博；广州玄甲私募 林佳义；国海证券 郭义俊；国华兴益保险资管 刘旭明；国金证券 孟灿、孙恺祈、曾萌；国联证券 黄楷；国融证券 王林；国盛证券 陈泽青；国泰基金 邓时锋、智健、李海；国泰君安证券 邱苗、刘校；国投瑞银基金 周思捷、钟婷霞、马柯、陈郑宇；国投证券 程宇婷；国新投资 刘宏伟；国信证券 叶子、蔺亚婴、胡剑；国元证券 耿军军、郭蔚文；海南君阳私募 张春龙；海南鑫焱创业投资 陈洪；海南钰和私募 崔晨；海南棕榈湾投资 巩显峰；海通证券 杨林、刘彬；杭银理财 薛翔、郑亮；杭州吉川投资 陈吉；杭州金投资管 王安戈；杭州凯昇资管 王艺哲；杭州荣泽石资管 连鹏鹏；杭州尚科资管 江建军；杭州致道投资 刘福杰；灏霖资管 王若擎；禾其投资咨询 王祥麒；合众资管 张看；和谐汇一资管 韩冬、章溢漫、凌晨、林鹏、罗霄、周园园；和谐健康保险 霍霄；荷荷私募 唐巍；恒瑞私募 唐鋈超；红杉资本 闫慧辰；泓德基金 董肖俊；鸿运私募 舒殷；湖南八零后资管 田超平；湖南升鼎资管 王胜灵；花旗环球金融亚洲 曾俊栢、王晓琼；华安财保资管 李亚鑫；华安证券 来祚豪、李元晨；华创证券 胡昕安、卢依雯；华富基金 姚明昊；华能贵诚 戴小西；华杉瑞联基金 赵常普；华泰保险 杨帆、姜光明；华泰证券 王浩天、陈旭东、权鹤阳；华泰证券资管 徐紫薇、蒋领；华西证券 傅欣璐、赵宇阳、徐康、夏岩；华夏恒天资管 范根茁；华夏基金 高翔；华夏未来资管 褚天；华鑫证券 任春阳；汇丰晋信基金 徐犇；汇泉基金 周晓东；汇添富基金 李超、杨璿；汇华理财 张曦光；佳许盈海私募 赵天武；嘉实基金 何鸣晓、彭民、李涛、卓佳亮、孙帅、胡涛；嘉世私募 李其东；建信基金 姚锦；建信养老金 陶静；建银国际 Cathy Chan；交银施罗德基金 于畅；金宸易笙投资 江梓幸；晋江市元诚私募 张灿灿；泾溪资管 柯伟；精砚私募 伍卫；景顺长城基金 程振宇；九泰基金 杜京果、赵万隆、黄皓；聚鸣资管 史书、刘晓龙；聚翊资管 侯彩丽；君和立成资管 张兴泰；君康人寿保险 宋强磊；开源证券 周勃宇、陈宝健；凯基证券亚洲 魏宏达；宽远资管 张浏；联视资管 周申力；林孚资管 姜军；瓴仁私募 许玉莲；聆泽私募 翟云龙、何天峰；庐雍资管 杨捷、彭永锋；鲁信国际金融 程锋；路博迈亚洲 肖笛；民生证券 付小丽、刘雄；民族资本资管 杨洋洋；名禹资管 王友红；明世伙伴基金 朱腾飞；摩根大通证券 许日；摩根士丹利基金 李子扬；摩根士丹利资管 Andy Meng；南方基金 刘文良、刘凯兴；南华期货 高翔；南京春谷私募 蒋炜；南京双安资管 唐聪；宁银理财 毛子瑞；宁远资本 张辛洋、陆宁；农银汇理基金 魏刚、洪琳；诺安基金 黄友文；诺德基金 孙小明；盘京资管 王莉；磐厚动量(上海)资管 胡建芳；磐耀资管 葛立法；彭博行业研究 陈曦；鹏华基

金 杨飞、董威；鹏泰资管 祝凯伦；平安养老保险 邵进明；平安资管 彭茜；骐邦资管 高自扬；千翊投资 熊彬正；前海开源基金 梁策；青岛金光紫金创业资管 李晟；青岛未之光华私募 唐山；泉果基金 王苏欣、赵诣、刚登峰；群益证券投资信托 洪玉婷；仁桥(北京)资管 钟昕；融捷投资 麦伟男；荣冰私募 唐权喜；瑞信证券 宋晔波；瑞银证券 俞佳、张维璇；睿郡资管 陆士杰；睿远基金 杨维舟、赵枫；润桂资管 金勇；森锦资管 刘林轩；厦门合利信资管 丘智明；山东国惠基金 梁铨；山东铁路发展基金 嵇昕；山西证券 吴桐、乔俊峰；陕西抱朴容易资管 吴凡；上海方物私募基金 汪自兵；上银基金 王婷；申万宏源证券 喻加林、施鑫展；丞毅投资 胡亚男；红方私募 谢登科；茂源财富 钟华；深圳前海盛信资管 胡建军；惠通基金 晏楷钧；深圳前海唐融资本资管 杨志煜；深圳前海天成时代资管 奉永青；尚诚资管 黄向前；奕金安资管 黄亚坤；长青藤资管 谢轩、付小林；私享私募证券基金 吴永辉；橡谷资管 唐璞；盛博香港 梁炜彬；世诚资管 陈之璩；苏州格外资管 唐波；苏州景千资管 洪少猛；苏州龙远资管 李声农；太平基金 王达婷；太平洋资管 王喆、张玮、孙凯歌；太平资管 马姣；泰康资管 倪辰晖；天风证券 刘鉴、刘琳琳；天弘基金 周楷宁、杜昊；彤泰私募 曹剑飞；五矿证券 王威；武汉笃行资管 张登；武汉美阳资管 胡智敏；西部利得基金 陈蒙、张昭君；西部证券 杜威、谢忱、周成；西藏东财基金 唐忠；西南证券 罗紫莹、吴波；湘财证券 王文瑞；新华资管 马川、陈朝阳；新联合投资 高永涛；信璞私募 赵杰；兴业国信资管 沈净；兴业银行 雷棠棣；兴业证券 刘珂瑞；兴证国际 孙乾；兴证全球基金 张浩然；兴证资管 郑方镛；修一资管 马勤、石晨光、付翰香；轩雨环球资管 彭一轩；玄卜投资 韦琦；循远资管 田肖溪；阳光资管 祁媛媛；耶诺资管 沈雷；易方达基金 黄鹤林；益和源资管 魏炜；毅木资管 陈锡伟；银河基金 杨琪；银华基金 杜宇、于蕾；盈峰资管 张珣；镛泉资管 邵骥咏；永赢基金 郭鹏、任桀；甬兴证券 夏明达；涌乐私募 岳雄伟；于翼资管 刘荟；圆信永丰基金 马红丽；远海私募 周泽；远信私募 程治；粤佛私募 曹志平；云富投资 施衡；泽履资管 陈一羲；长安基金 徐小勇、崔甲子；招商银行 吴婷、徐立锋；招商证券 涂锬山、王啸、秦勉；昭云资管 程安靖；浙商基金 王斌；浙商证券 刘静一、张致远、刘雯蜀；中金公司 艾柯达、朱镜榆、周文菁；农业银行 陈群；人保资产 奚晨弗、汪国颂；人保养老 李金阳；中国人寿 郑仁涛、静毅男、刘卓炜、赵文龙；太平洋保险 杨胜；邮储银行 金梦婷；中航信托 戴佳敏；中航证券 向正富；中荷人寿保险 黄依明；中华联合保险 李东；中金财富证券 高扬敏；中泰安合资管 姚琦；中泰证券 李雪峰、杨旭；中泰证券资管 程冰；中信保诚基金 杨柳青；中信建投证券 李楚涵、应瑛、

	<p>陈思玥；中信期货 张周；中信证券 夏胤磊、叶达、朱珏琦、郭芳、林峰；中意资管 张珈玮；中银国际证券 陈乐天、杨思睿、张岩松；中邮保险资管 张雪峰；中邮创业基金 王瑶；中邮证券 陈昭旭；中域投资 韩雪、袁鹏涛；中原证券 邹臣；众安在线财产保险 颜阳；舟山朴锐资管 袁宇华、钱喆；卓汇投资 盛旋洋；卓铸私募 西安；知常容投资 马子涛、张名论、张志刚、高捷；众冠投资 谢建南；</p> <p>安博(中国)管理 涂碧莲；安徽江淮汽车集团 吴如浩；北京稻信广告 王世海；北京碳基础科技 杨锋；北京有知有行 王艺豪；成都天奥电子 任思；长嘉汇精城融资担保 莫文浩；富瀚微 吴斯文；甘肃乐途工贸 李超；高沃信息技术 秦威；广东锐信信息科技 张明；海思技术 纪家刚；航天宏图信息技术 孙宇杰；亨泰网络信息工程 易烈；济南鑫诺广告 郝彬彬；君义振华(北京)管理咨询 白璐；凯特尔国际贸易天津 袁敏；联宝信息技术 孙少华；联芸科技 方小玲、钱晓飞、尤文韵；龙之超 胡洋；隆基绿能科技 何东行；美年大健康 魏国兵；木林森 郭仙掌；纳弗斯信息科技 李怀斌；南京诚理咨询 李恒文；南京元壹酒业营销 王元兴；启悦光电 李兰慧；青岛海佰利机械 侯宇琦；厦门百分学咖教育科技 郭文深；山西柳林电力 任志鹏；上海旌乾 唐炜；上海韦尔半导体 任冰；上海正心谷实业 常晟；思甫悉建筑设计咨询 王常雷；他山企业管理咨询 王志光；万兴科技 熊晨；微医控股 孟海忠；维沃移动通信 耿曦；西安华旅科技 胡庆龙；协春茂 赵国栋；新兴际华财务 崔志明；鑫潮建筑斯伟；有吱味 黄伟；余姚利帅机器视觉科技 谢立群；源泉投研智库咨询 徐安娜；浙江省发展资产经营 杨森杰；臻佑电子科技 罗华钰；中电科蓝天科技 石海艳；中国建筑集团 李超；每日经济新闻 于垚峰；人民日报社 李小平；上海报业集团 沈激；上海证券通投资资讯科技 尚班班；</p> <p>个人：陈柏文；陈琼伟；丁一文；管士舟；郭东阳；郭萌；黄庭均；李元武；林业；刘涛；柳亚东；路永光；聂伦飞；王博勋；王平然；王玥；文月；夏林；杨浩天；姚逸恺；赵越同。</p>
时间	2024 年 8 月 17 日
地点	公司总部会议室（电话会议）
上市公司接待人员姓名	高级副总经理、董事会秘书 黄方红

投资者关系
活动主要内容
介绍

一、公司经营情况说明

2024 年上半年，国内市场需求偏弱，行业分化明显；海外市场整体平稳，部分地区冲突持续，主要经济体贸易摩擦增多，考验公司的全球经营和合规治理能力。面对国内外的复杂环境，海康威视秉承“专业、厚实、诚信”的经营理念，坚定信心，始终聚焦自身能力的成长，持续推进业务的稳健发展。

报告期内，公司实现营业总收入 412.09 亿元，比上年同期增长 9.68%；实现归属于上市公司股东的净利润 50.64 亿元，比上年同期下降 5.13%；实现归属上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 52.43 亿元，比上年同期增长 4.11%。

国内主业方面，2024 年上半年三个 BG 营收总和 189.71 亿元，比上年同期下降 0.26%，占公司营收 46%。其中公共服务事业群 PBG 实现营收 56.93 亿元，同比下降 9.25%；企事业事业群 EBG 实现营收 74.89 亿元，同比增长 7.05%；中小企业事业群 SMBG 实现营收 57.89 亿元，同比增长 0.64%。总体而言，今年上半年收入增长情况主要受资金方面的影响较为明显，依赖地方财政资金投入的行业普遍比较困难；依靠自身资金为主发展的行业，保持一定的投资；得到国债支撑的领域则相对活跃。

分 BG 来看，PBG 业务，一方面受地方政府财政情况制约，公安、交警行业继续下行，部分项目周期变长、需求落地的可预测性变差；另一方面，水利水务、防灾救灾、应急管理等业务得到国债的支撑，拉动了 PBG 政府行业表现向好。由于行业分化各有消长，公安行业在 PBG 的整体收入占比进一步下降，以交通管理优化为代表的交通业务、以水利应急环保市政为代表的政府业务收入占比继续提升，收入结构的调整有助于 PBG 业务企稳回升。公共服务的提质增效降本需求正在成为 PBG 新的驱动力，公司将继续推进业务转型，将传统安防与社会治理的新需求进行融会贯通。

EBG 业务，主要由大量依靠自身资金为主发展的行业组成，这些行业继续保持一定的投资。EBG 业务目前由 9 个行业组成，除了智慧建筑下行外，工业企业、石化煤炭、教育教学、电力、金融、商贸、钢铁有色、文体卫八个子行业均保持增长。EBG 各行业虽然整体投资放缓，但对于企业提质增效降本的需求依然迫切，海康威视继续推进场景数字化业务落地，对行业用户需求的理解不断加深，研发更多具有高性价比、解决用户痛点的专用产品，与用户一起应对经济波动带来的挑战。

SMBG 业务，公司继续打造线上线下的渠道优势，不断拓宽、丰富渠道产品类别，通过团结渠道合作伙伴、利用社交媒体，继续做好公司产品的推广。

境外主业方面，上半年实现营收 114.41 亿元，同比增长 15.46%，海外主业收入占公司业务比重约 28%（海外主业不含创新业务的海外收入，如果加入创新业务的海外收入，海外收入占比 34.41%）。受美国制裁影响，美国的营收继续下行，收入占比持续降低；剔除美国市场的影响，美洲、泛欧、泛亚太、中东非四个大区均实现增长。目前海外发展中国家与发达国家的营收贡献比例约为 7:3，广大的发展中国家已成为拉动海外业务增长的主力。除对渠道类产品的需求外，越来越多的发展中国家对整体解决方案感兴趣，项目业务、软件业务的需求逐步增加。公司在全球的营销网络基础牢固，产品与解决方案的竞争力突出，我们对海外业务的良好发展保持信心。

创新业务上半年实现营收 103.28 亿元，同比增长 26.13%，占公司业务比重达 25%。主要创新业务已在各自垂直行业占据市场主动，创新业务与海康威视主业形成有效的技术协同和业务协同，成为拉动公司业务增长的支撑，后续在场景数字化业务开拓上将形成合力。

毛利率方面，公司上半年毛利率为 45.05%，与上期相比基本保持稳定。

费用方面，本期有一笔特殊的费用。公司在二季度注销 2021 年股权激励，《企业会计准则解释第 3 号》规定：“在等待期内如果取消授予的权益工具，企业应当对取消所授予的权益工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。”也就是说，所有未摊销完的股权激励费用将一次性全部计入费用。这笔费用金额为 4.71 亿元，按照被激励员工的归属，计入了二季度销售、管理、研发费用中，并标记为非经常性损益，这笔费用对二季度净利润产生较大的影响。这期股权激励目前已完成回购注销，注销的股份数为 9740 多万股，占比总股本 1.0439%。除以上特殊费用外，公司继续保持人员规模管控，做好费用控制。

在汇率方面，本期的汇兑损失约为 8100 万元，去年同期产生的汇兑收益约为 2.85 亿元，两者的账面差异对本期净利润产生较大影响。

存货方面，公司整体策略维持，对于部分供应来源更丰富的原材料，存货水位予以下调。

应收款方面，公司继续实行信用评级管理，始终注重财务质量，维护经营性现金流稳定。

当前，国内面临有效需求不足、预期偏弱的客观压力，同时我们也看到，以技术创新促进政府、企业提质增效降本、推动经济高质量发展的大趋势愈发清晰。战略转型并非一日之功，方向对了，我们相信坚持必然带来回报。结合目前外部大环境的考虑，2024 年全年归母净利润的预期暂定以 140 亿为底线。

二、Q&A 环节

Q: 很高兴看到公司最近平稳完成了董事会换届和管理层调整, 由胡总任董事长, 徐总任总经理, 未来这两位在职责上如何划分?

A: 公司这次管理层的调整, 主要是考虑年轻化的方向。经过这次调整, 海康的管理团队中 60 后的高管就全部退出了。

关于董事长和总经理之间的分工, 短期来看, 会有一个过渡和陪伴的过程; 长期来看, 总经理更偏向于公司的日常运营, 董事长未来会在公司中长期战略规划、远景问题的考虑上投入更多精力。谢谢。

Q: 请问在 AI 和大模型方面, 公司是否有可以分享的信息, 公司看到什么在 AI 方面的机会点, AI 在业务经营或者激发用户需求维度是否有新的助力?

A: 海康的观澜大模型除了基础通用大模型之外, 还根据不同的行业需求分别形成许多的行业大模型。我们把大模型跟行业的应用结合, 不论是数据量的积累、还是应用的效果都是比较突出的。

例如, 在音频大模型方面, 目前我们积累了多个行业、大量的音频数据, 已经成功在音频信号的检测、工业设备的质检等场景中投入使用。

在光纤大模型方面, 目前我们积累了近千万条高质量光纤数据, 已经成功在钢铁、煤炭、电力等行业的诸如皮带托辊故障检测等场景中得到应用; 相比于传统算法, 海康的行业大模型的故障诊断错误率下降了超过 70%, 具备了开箱即用能力。

在 X 光大模型方面, 目前我们积累的数据量达到千万数量级, 已经成功在工业的缺陷检测、安防违禁品的识别、液体成分的分析等方面进行应用。从应用效果来看, 达到了行业先进的水平。

后续随着进一步的数据积累, 算法效果的提升和应用场景的拓展方面还有很大的空间, 谢谢。

Q: 请问在市值管理方面, 在分红、回购、增持等手段上, 公司是否会有一些新的动作?

A: 在维护公司市值稳健的举措方面, 因为信息披露方面的规范要求, 目前没有更多的可以披露的信息, 只能说不排除这些可能性; 如果有这方面的进展, 我们会及时跟市场来做沟通, 谢谢。

Q: 关于海外需求的持续性, 长期来看, 请问现在海外市场是否已经形成了比较明确的发展趋势? 类似国内前些年从产品到解决方案的发展趋势, 成为了拉动行业持续多年增长的动能。

A: 关于海外市场是否已经形成类似前些年国内市场确定的、中长期明确的行业发展趋势, 目前很难下定论, 但从需求的根源上讲是成立的, 我们认为未来会有非常好的发展空间。

中国政府在进取心、积极作为等方面, 在全球来看都是比较突出的。中国是典型的大政府管理模式, 相较于其他很多国家, 中国政府要承担更多更宽泛的职责; 我们中国老百姓对于政府的信任和期待也更高一些。就这方面来说, 全球不同的国家和地区之间可能很难具备这种可比性。

另一方面, 全球所有国家的人民在社会安全有序、遵循社会规则等方面都有着同样的诉求和美好期待, 安全是百姓安居乐业最基本的前提。从全球来看, 可能有非常多的国家和地区的治安环境还有很大的提升空间。这些国家和地区的市场未来如何变化, 也受当地的政策、资金等方面的影响, 难以简单用一种非常确定的观点去概括。

我们对于全球市场是非常的有信心, 中国制造、海康制造的产品在全球来看, 都非常具有竞争力, 包括在技术和创新上的引领、质量、售后、性价比等方面。

从各方面综合来说, 我们认为未来还会有非常好的发展空间, 谢谢。

Q: 短期来看, 请问现在海外市场需求持续性是明确的吗?

A: 我们认为不排除可能会有波动, 但是持续性是可以看到的。

Q: 请问汽车电子业务半年度的增长比行业高出不少的主要原因?

A: 2024 上半年汽车电子业务同比增长超过 60%, 主要有以下几方面原因:

一是去年公司完成了海康汽车技术和森思泰克的重组, 有一部分增长是并表带来的影响。森思泰克主要从事车载毫米波雷达、超声波雷达的研发制造, 自 2023 年 3 月起纳入公司并表范围。

二是得益于乘用车整机厂商的快速发展和部分整机厂商在海外市场的拓展做得非常好, 汽车电子业务作为零部件供应商, 受益于此。

三是汽车电子业务的市场份额占比也有提升, 也对其业绩有积极影响。

Q: 请问能否再分享一些国内各个 BG 的发展趋势信息?

A: 上半年不同 BG 的收入情况主要还是受资金面的影响比较突出。

PBG 各细分行业支出跟地方财政资金状况的关系比较紧密,上半年依赖地方财政资金投入的行业普遍比较困难,公安、交警等行业的业务增长压力比较大,但得到特别国债或专项债资金支持的如应急管理、水利水务等行业的业务是增长的。

EBG 各细分行业主要依靠自身资金为主发展,上半年仍然保持了一定的投资,9 大子行业中,除了智慧建筑业务下行之外,其他 8 个子行业都是正增长的。

Q: 我们关注到毛利率整体表现平稳,但其中境外业务毛利率提升约 3 个百分点,境内业务毛利率下滑约 1.8 个百分点。请问境内、境外毛利率表现分化的主要原因是什么?

A: 境内毛利率下行主要是由市场大环境需求偏弱、各行业竞争加剧所致,我们所处的安防或是智能物联行业也面临一样的压力。

从收入结构维度看,老百姓都在讲消费降级,其实企业和政府也在消费降级,现在更愿意选择性价比高的产品,不像过去更愿意尝试创新的、高性能的产品,一定程度上现在低毛利的业务更有吸引力。从行业角度来看,价格的竞争还是比较明显的,这两个主要因素带来境内毛利下行。但我们整体业务基础还可以,总体经营稳健,我们的目标是维持相对合理的毛利率。在市场竞争当中,我们不能只考虑毛利的因素,不考虑市场份额,二者需要平衡。

海外业务毛利率也受到收入结构等方面的影响,其他特别突出的因素我们目前没有看到。

Q: 关于创新业务,我们观察到各板块的增速相对分化,可否具体介绍下各情况?

A: 创新业务当中,1) 汽车电子业务的增速是比较快的,其中有合并森思泰克的影响,也有国内乘用车市场自身增长及出海的影响;2) 机器人业务的机器视觉和 AGV 业务在国内外市场当中表现都不错,尤其是 AGV 业务;3) 智能家居业务表现可以关注萤石的公告,海外业务增速比国内业务增速要高一些;4) 热成像业务国内外表现都还不错,国内万亿国债在应急管理方面的投入带来热成像的需求,带动海康微影收入增长;5) 存储业务受从去年下半年以来价格上涨的影响比较明显,对收入和利润都有不错的带动;6) 其他创新业务包括海康睿影、海康慧影和海康消防,其中海康睿影去年有考场智能安检门相关业务,带来了

不错的收入增长，今年没有这一块收入，导致业务规模下行，这也是其他创新业务收入负增长的主要原因。

Q: 我们发现公司的多维感知产品类型一直在拓宽，EBG 发现企业在提质、增效方面的需求。请问，从长期的维度看，公司如何理解场景数字化长期的增长趋势，场景数字化在 EBG 下具体子行业如何体现，及单一场景订单价值是否会增加？

A: 第一，关于场景数字化长期趋势，我们认为社会的生产效率决定国家竞争力，企业背后个体的生产效率决定企业的竞争力，要使企业的产品从同种类的产品中胜出，就得关注产品的质量、效率及成本管控。提质、降本、增效是企业竞争的永恒话题，企业会持续依赖科技手段提升竞争力，这是一个拥有长期需求、具有良好持续性的产业。

第二，关于场景数字化的具体应用，海康威视过去做安防，后来把业务战略定位为智能物联，现在已经在安防和智能物联基础上，勾勒出场景数字化的新业务。其实，社会已存在大量的数字化企业，如做信息化软件、流程管理相关的企业，海康威视跟这类企业不一样。我们把注意力集中到客户现场的管理当中，例如在工业企业的制造场景，提质、增效、降本的需求实际存在，我们利用物联感知、人工智能、大数据等技术帮助企业解决工厂运营管理过程中的痛点，并从过去关注人的行为，到现在关注设备运行的状态等物的变化，优化生产过程，提升工厂运作的质量和效率。

第三，关于产品品类和单一场景价值，海康威视已从可见光拓展到 X 光、红外、超声、雷达等感知领域，并将多种感知技术融合应用，帮助客户解决具体场景的问题，我们的新产品跟过去以摄像机为主关注人的行为变化产品已经发生了很大变化。在面临碎片化场景需求的同时，我们也认识到公司的经营效益来自一定的规模效应，所以我们努力在非常碎片化市场中寻找可复制的、技术和产品能变现的场景，形成一定的规模效应，这些场景就是我们平衡个性化和规模效应的好抓手，如煤炭质量检测、印染上色率分析、植被生长监测等。在多种场景中，我们难以概括单一场景价值的情况，因为我们面临用单一产品就能解决客户痛点的场景，例如上色率分析仪器以单一设备融合了多维感知和分析技术，就能解决客户痛点，我们也面临需要多个产品组合才能解决客户痛点的场景，这两种方式最后产生的价值量是不同的，在业务上这两种方式都广泛存在。从客户的角度看，有些需求只有海康能提供产品，另一些需求竞争对手也可以提供产品，但因为海康产品组合会更有针对性，我们在竞争中的优势就显现了，同一个客户使用的产品种类越多，我们开拓客户也越有性价比。

Q: 我们发现半年报披露的经营性净现金流转负, 请问今年回款压力是不是比较大?

A: 如果综合看过去 5 年的现金流情况, 会发现我们目前的情况是比较正常的。历史上, 海康上半年经营性净现金流为正情况很少, 绝大部分时候为负, 通常是一季度有大笔现金支出, 二三季度现金回补、四季度上翘的形态, 所以今年并没有异常。从应收款管理的角度来看, 海康过去 20 年积累了较多的账期管理举措, 例如我们会根据客户的资金情况、业务规模、历史的回款等授予客户信用额度, 并持续管理客户的信用额度, 不断优化公司应收账款, 目前海康的应收账款管理是不错的, 应收款的质量也是比较好的。

Q: 请问, 创新业务里面国内和国外的比例能否做个拆分?

A: 可以通过财报的数字做些计算, 海康威视主业的部分的海外收入大概占公司收入 27.76%, 海外业务包含创新业务后整体大概是 34.41%, 两者相减就是创新业务海外收入的占比, 而创新业务总体占公司 25.06%。由此算出创新业务中, 海外收入大概占 26%。

Q: 请问, 在政府投资方面, 今年会有 2 万亿的特别国债, 地方层面也有一些专项债的发放, 比如车路云或者交通领域的一些专项债, 我们 PBG 下半年的情况是否会上半年的情况有所好转?

A: 从我们的体感和政策端的动作对比来看, 我们的体感可能是会滞后一点, 因为政策出台在前, 真正的实施在后。

比如说今年上半年的专项债发行节奏, 和去年的上半年相比可能有一定比例的滞后迟延, 相当于今年实际发行的专项债的数额可能还没有去年同期的多。

关于国债的部分, 比如万亿国债针对应急管理、防灾救灾的部分, 现在陆陆续续下来了, 在各个省里这些项目也都在招标, 我们已经有切身的感受了。受这些国债覆盖的部分行业, 目前的趋势是向好的。

另外, 在以旧换新方面的长期国债, 现在看落地速度就比较慢, 我们感知到的不多, 其他种种政府债务开支, 我们也在观望过程当中。总体来说是觉得财政的水流到田间地头的还是没有那么多, 业务上可能还是有干渴的感觉, 谢谢。

Q: 海外业务的收入占比在今年上半年达到了 34%, 相比于过去还是提升的。看宏观数

据的话，六七月份国内出口的环比增速是有所放缓的，您提到我们现在的收入当中，发展中国家可能占比会越来越高，那么未来我们在开展海外业务的过程中，尤其是发展中国家里，业务的驱动力是类似于国内的政府建设需求更多，还是企业端的需求会更多一些？

A: 海外国家政府资金来源，跟各个国家政府的角色有关系，有些海外国家是小政府大企业，有些海外国家也有大政府，不同的政府情况会影响他们扮演的角色，社会治理的投入力度就不一样。

如果是大政府，很多的项目也是由政府牵头，政府来筹措资金，他们可能发债，或者是政府税收来推动项目。但也有一些国家是小政府，这些国家里就要靠企业和社会的采购来拉动，那么推动业务的主要就是企业的行为。这些情况不一而足，没有办法用一种状态来表述。

Q: 刚才您帮我们分析了场景数字化这个领域，想请教一个问题，相比一些在垂直领域里的龙头企业，他们也有自己的数字化能力和业务，我们和他们相比，优势和差异化如何体现？谢谢。

A: 在数字化业务上，确实在各个细分领域都有一些国内国外的玩家，可以分几种情况来看。

首先，对于有些场景，已经存在现成的产品了，其中有些领域，过去以海外品牌为主，现在国产的产品总体来讲性价比是比较高的，技术和服 务支持的力度也会更好一些，所以国产替代是一个趋势。在另外一些行业中，国内有一些小厂商存在，我们的出发点是看市场有没有做大的可能性，如果评估下来市场应该是有更大的空间，那么我们尽力去把蛋糕做大，参与到游戏当中的玩家就都能获得比较好的发展。

还有另一块市场，是过去没有现成的产品，但用户又存在痛点的市场，就没有竞品可以去比较了。比如说，烟草行业中，对烟叶的成分分析，如果用化学的方式来做定量分析，速度很慢成本也高。我们现在通过光学、高光谱来做成分分析，速度非常的快，实操性很强，就可以覆盖这种原来有需求但得不到满足的行业，满足客户一直有的需求，这块市场就从未到有被创造出来了。老瓶子装新酒和新瓶子装新酒，这两种情况都是存在的。

对于海康来讲，还是回到海康的技术底座上来。首先，我们积累了大量的感知技术，电磁波上的可见光、X光、红外光、紫外光、毫米波，我们都有比较全面的布局。我们现在也布局了机械波，就是声波、超声波的部分。我们还布局了温度、压力、磁力等等大量的其他的物理传感的技术。这三类感知技术构成了海康的全面感知体系，和很多其他的企业相比，

很多企业可能拥有其中的一些片段，但是很难像海康一样这么全面。这个体系需要规模来支撑，没有规模就难以覆盖这么多技术的研发。这是我们感知技术平台的基础。

在多维感知这个基础上，我们叠加了 AI 能力，而 AI 能力的建设又是另外一个层面的投入了。从 2013、2014 年深度学习的理论有所发展以来，我们这么多年持续在 AI 领域做大投入，把 AI 和行业的数据来做融合，到近几年我们构建大模型，都是以大量的行业数据为基础累积起来的。有了感知、有了 AI，那么最后要干嘛？就是解决用户的问题，于是我们的大数据分析技术可以发挥作用。把这三类技术构建完整，是有一定门槛的。

除了这些基础技术之外，还要把能力落到可以销售的产品上，这就是产品工程学的部分。现在也有大量的软件为主的企业逐渐发现，转型做硬件挑战很大。海康是天然从硬件产品开始的，所以我们在产品的工程化方面积累了非常多的 know how，帮助我们能够快速定位用户需求，然后变成海康产品开发的规格和要求，最后成为一个产品。

研发了产品之后还有生产，生产制造也是一个很大的挑战。不少玩家熟悉的是单一大类产品的生产，自动化、高效率、高品质的生产制造，但我们行业需要小批量、多批次的柔性制造，海康的工厂就是典型的柔性生产产线，我们大概每天的订单要超过 10000 个，4500 个左右的生产批次，每天某些产线的切换可能要超过 10 次，而这种高频率的产线切换是很影响效率和质量稳定的，要做得好不容易。

只有以上这些都能做得不错，才能谈所谓的规模效应。我们还是希望不断建立更多的规模方面的优势，提高护城河，谢谢。

Q：想请教一下我们这个场景数字化业务在今年上半年大概有多少收入贡献？

A：场景数字化现在是融入在我们 EBG 的业务当中，刚才我有讲到 EBG 我们现在拆分成了 9 个行业，可能未来还会继续细分。

数字化产品和方案的打造，先是在行业推广的过程中不断的提炼总结用户需求，成熟的产品和技术沉淀下来，做更多的推广，然后继续从用户的反馈中不断迭代。用户也会在业务推进的过程中，告诉我们越来越多的需求。比如在煤炭行业，一开始可能我们在井下帮用户去做皮带的管理，皮带的问题做好之后，用户逐渐信任我们，就提出来我现在还有什么问题，你能不能帮我想想办法，于是我们开始打造煤质分析仪这样的产品。可以说，大量的需求需要在跟用户的合作过程中一点点挖掘，用户业务上的场景数字化不是一蹴而就的，我们的产品也是一步步跟着需求丰富变化的，这需要一个比较长的时间来慢慢的积累、兑现。

现在我们非常坚定的原因是什么？就是我们对场景数字化这个业务的前景是看得很清晰。虽然现在的经济环境没有那么的理想，影响用户在资本开支方面的积极性，但我们还是能尽力找到一些先锋用户、头部客户来做合作。另一方面，我们自己的资源是有限的，所以尽可能的把我们已经看清楚的业务排在优先的位置，暂时顾不上其他需求再经过时间多些沉淀，过段时间可能会更清晰。所以，场景数字化业务的迭代过程会是一条很长的路。

Q：公司上半年如果剔除股权激励费用的影响，利润增长情况如何？此外，根据现金流量表，公司支付给职工及为职工支付的现金与去年同期相比有明显增长，想请教下人员管控方面的情况。

A：剔除股权激励费用及汇兑损益两个方面的影响，按可比口径，上半年利润同比增长大概在 10%左右。

人力费用方面，相较去年同期有增长的主要原因包括三个方面：一是去年下半年因公积金政策调整导致的公积金费用增长，二是国家对于社保等相关费用的调整，此外，还有部分绩效员工的薪酬调整。

人员管控方面，今年 4 月份时我们提到全年的人员编制大概控制在 5%以内，截至目前，员工数量大约增长了 2%，即 1000 人左右。

Q：公司整体目标是维持毛利率水平的稳定，想请教下管理毛利率的具体策略。

A：我们珍惜来自于用户的每一份订单，只要是合理的业务就不会放弃。对于公司现状而言，毛利率一成不变是比较困难的，因为公司的每一块业务面临的市场竞争都不太一样，对应产品的毛利率也是高低错落的。在这一过程中，我们主要通过制定业务目标、产品定价及单体项目报价策略等方式来管理毛利率水平。

Q：公司上半年创新业务毛利率相较去年同期增长了约 2%，主要是来自于境外业务的拉动，还是业务结构上有所调整？

A：创新业务的毛利率是一个汇总的结果。今年上半年毛利率的增长主要受到海康存储的影响，因为从去年下半年开始，海康存储的产品经历了一波涨价的行情，一直持续到了今年上半年，对创新业务整体的利润影响还是比较突出的。但过了这个周期，海康存储的产品价格也会回落到一个正常的水平。

Q: 目前公司创新业务的海外收入占比还是比较可观的,从中长期规划的角度来看,公司会进一步加快拓展创新业务在海外的布局,还是会平衡考量来自于海外环境的波动及政策风险?

A: 就目前来看,创新业务的产品在全球的竞争力还是比较突出的,比如海康微影的海外收入占比可能已经超过 50%,萤石网络的 DIY 产品受益于西方国家的人工成本高,在海外也比较受欢迎,海康机器人的 AGV 等业务在海外市场也有比较好的表现。

创新业务往海外拓展,公司总体上是比较支持的。

Q: 受到国内上游国产化进程加速的影响,公司在存货结构上还会保持跟以前一样的措施吗?

A: 公司目前物料国产化的程度还是很不错的,没有太多必须采购国外产品的压力。产成品方面现在仍然维持高水位的存货,主要是应对全球各国政策的不确定性,确保公司供应的稳定性和可持续性,并不完全是因为国产化或者非国产化的问题。此外,我们并不太过担忧高水位的存货可能带来的折价损失,更多的是考虑突发情况所带来的供应冲击,要确保供应链的稳定。

因此,平衡来看,高水位的存货措施公司还是可以接受的,谢谢。

Q: 有个感觉,和以前的安防产品相比,目前场景数字化这产品的应用范围有所减少,通用性也有所下降,公司如何看待未来在这一块的研发和销售投入?

A: 对于这个场景碎而小的话题,我们一方面一定程度上赞同,另一方面也持保留意见,主要看如何选择场景。举个例子,最近我们接触到的桥梁检测维护这个场景,国内现在大大小小的桥梁可能超过 100 万座,除了少量是钢制的,绝大部分还是水泥表面,时间长了之后就会出现裂纹或者表面脱落的情况,需要一个定期的检测维护。不仅是桥梁,目前国内那么多的存量基建,建筑物的表面,都存在这样的需求,所以要看这个场景如何来寻找。如果说最后定位到了某一位用户的某一个需求,这样定义场景就非常的局限,但如果能把这个场景打开,变成多个行业的某一类共性的需求,那这个场景其实是可以拓宽的,取决于我们对这个场景的定义和理解。

关于研发和销售投入,其实是一个平衡的话题,就目前来看,研发和销售的投入都是需

要的，但从公司长期可持续发展的角度来看，我们也要考虑投入产出对公司报表的影响。我们需要根据对市场的判断以及公司当前资源的情况来综合考虑具体的研发和销售投入。我们不会一下子投入很多的资源，但大家也能看到，从2018年到现在，我们的研发费用基本是往上走的，截至去年的财报，研发费用占营业收入比超过了12%，所以我们也会有意识的控制一下。研发人员编制方面，今年也会控制在5%以内，投放的新编制不多，主要是内部做优化调整，比如将一些成熟的产品线或者效益不高的产品线上的资源调整至新品类、新业务上，优化公司整体的资源配置，谢谢。

Q: 请问公司创新业务在海外拓展时，除了萤石是有自己的销售体系，其他创新业务的销售体系是否与主业相同，还是独立建立？

A: 我们颗粒度比较大的创新业务，比如说机器人业务，在海外都有自己的营销团队，因为这些业务和主业的差异比较大，客户群体也不同，渠道几乎难以复用。比如微影在海外的一些业务，海康威视没有触碰过他的客户，所以渠道都是他自己在开拓。

而对于特别小颗粒的业务，比如说消防、睿影这些，目前它们业务往海外走的进程还比较慢，所以这方面他们投入可能也相对小一些。

总体来讲，业务规划相对比较完整的子公司，海外资源复用的情况较少，因为我们跟子公司的业务还是有较大战略上的区分，所以在整个营销团队的建设上，最后可能还是有赖于他们自己去做投入，谢谢。

Q: 请问公司目前是维持全年正增长的预期吗？

A: 是的，从公司的角度，我们还是对市场较为乐观。尽管像专项债、国债的推进可能都没有那么快，政策已经发布了，水流到田间地头可能还需要时间，但并不是水流的慢，就代表市场完全没有机会。这个过程中还是有很多已经在推进的项目，我们尽可能去抓一些确定性的机会，扩大交易的宽度。比如过去可能我们重点集中做几款产品，而现在海康可供的产品类型更丰富了，我们就能卖更多的产品进去。

另外，海康现在能提供给用户的业务种类也非常多，比如场景数字化业务有待于营销的同事们更多与用户交流，促进业务发展，这样就能在确定性的项目中找更多机会。

跟过去一些年份相比，虽然现在环境难一点，但是海康也在变化，海康的业务宽度也在提升，所以从这个角度来讲，还是有乐观的预期在里面，我们也会非常努力，谢谢。

Q: 公司从 18 年战略转型以来, 年度毛利率的波动还是比较小的, 是不是因为创新业务之前的规模比较小, 公司的收入结构能做比较好的平衡? 如果往未来展望, 中短期或者中长期来看, 随着创新业务的规模增长, 公司的毛利率会如何波动?

A: 毛利率的空间主要取决于竞争, 行业里如果竞争状态相对温和的话, 毛利率就会好一些。这跟行业里玩家的心态有关系, 过去这 20 年行业的毛利率维持的比较好, 我们基本上没有主动去打过价格战。

创新业务对于整体公司的毛利率的影响, 现在比较难给具体的指引, 因为这 8 个创新业务毛利率的差别非常大。比如汽车电子, 大家也都知道给汽车做配套供应商的毛利是比较低的, 到现在我们汽车电子虽说收入增速很高, 但还处在盈亏平衡点上, 还没有非常稳定地实现盈利。而其他几块业务毛利率的情况也有高有低, 所以不同业务板块收入结构的变化, 对创新业务整体的毛利率也会有所影响。但总体来说, 创新业务随着它收入规模增长, 整体的盈利水平都还是在向好的。所以我们也看到, 这几年创新业务的整体毛利率也是在往上走, 虽然离海康威视的毛利率还有一点差距, 但我相信未来随着它们规模增长和运营水平的提升, 也会更好一点。

对于海康整体来说, 毛利率是一个大杂烩, 是所有业务最后呈现的结果, 在最终核算出来之前, 很难说毛利率今年一定是多少。我们只能判断大的趋势, 以及在过程当中, 根据波动的情况, 有意识去调整一些策略, 谢谢。

Q: 在当前经济环境下, 场景数字化业务如果能给企业降本增效, 企业应该会比较乐于投入的, 怎么去理解业务拓展的滞后或者企业投入的担忧?

A: 降本增效放在任何一个企业面前都是有吸引力的, 因为一个企业竞争力的核心就是依赖提质、增效、降本, 而现在让企业产生顾虑的原因有几个:

第一, 在当前外部环境影响下, 企业对于资本开支还是会有一些犹豫, 体现在考虑是现在就投入, 还是再观望一下; 在账已经算清楚的基础上, 考虑是拿着现金, 还是把现金变成资本支出, 做新的优化投入。因此, 环境对于企业管理者的预期和信心的影响是不能被忽略的, 观望可能是当下一个普遍的心态。

第二, 对于大量的企业来讲, 经营情况也是要考量的一个因素。有些企业可能前些年经济好的时候是盈利的, 但是这两年可能就进入了亏损的状态, 所以他可能也想投, 但是奈何

	<p>资金层面的压力还是比较大的。所以在这种情况下，有些企业就一刀切了，不管是降本增效的还是锦上添花的业务，今年就全部都不投入了。</p> <p>目前来看，与我们还合作比较好的，一般来讲是行业的头部企业，对于公司经营和未来有比较多进取的想法，会在这个阶段下决心投入，而大部分其他企业可能还是抱着观望的心态。往未来看，我们对场景数字化业务还是非常有信心，但短期来说还是必然要熬过当下这个特殊的经济波动周期，谢谢。</p>
附件清单	无
日期	2024年8月17日