

# 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：2025-001

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> <input 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 type="checkbox"/>现场参观  <input checked="" type="checkbox"/>其他 <u>          (线上会议)          </u> </p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>中信证券股份有限公司、开源证券股份有限公司、国泰君安证券股份有限公司、中泰证券股份有限公司、中国国际金融股份有限公司、华福证券有限责任公司、国信证券股份有限公司、东方财富证券股份有限公司、中邮证券有限责任公司、中国民生银行股份有限公司、浙商证券股份有限公司、招商证券股份有限公司、永赢基金管理有限公司、中国银河证券股份有限公司、兴业证券股份有限公司、兴业基金管理有限公司、西南证券股份有限公司、天治基金管理有限公司、太平资产管理有限公司、上海肇万资产管理有限公司、上海勤辰私募基金管理合伙企业（有限合伙）、明世伙伴私募基金管理（珠海）有限公司、汇华理财有限公司、华鑫证券有限责任公司、华西证券股份有限公司、华泰证券（上海）资产管理有限公司、华泰证券股份有限公司、华安证券股份有限公司、海通证券股份有限公司、中信建投证券股份有限公司、海南谦信私募基金管理有限公司、国投证券股份有限公司、国盛证券有限责任公司、国联安基金管理有限公司、广发证券股份有限公司、光大理财有限责任公司、方正证券股份有限公司、东吴证券股份有限公司、东方证券股份有限公司、才华资本管理有限公司、甬兴证券有限公司、上海杉树资产管理有限公司、上海美市科技有限公司 Point72、ICBC Asset Management（Global） Company Limited，共 45 家调研机构。</p>
<p>时间</p>	<p>2025年3月31日</p>
<p>地点</p>	<p>公司会议室+线上会议</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董秘办主任兼证代：范誉舒馨 董秘办工作人员</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p><b>问题一、请介绍下公司 2024 年全年的经营情况？</b> 答：公司 2024 年实现营业收入 155.87 亿元，较上年同期增长 15.92%，其中，创新类显示产品实现营业收入 15.19 亿元，同比增长 57.94%，出货量同比增长 110.61%，智能电视实现营业收入 95.28 亿元，同比增长 23.47%，出货量同比增长 25.42%，智能交互显示产品实现营业收入 37.35 亿元，同比下降 2.76%，出货量同比下降 7.02%（智能交互显示平板实现营业收入 22.89 亿元，同比减少 2.25%；专业类显示产品实现营业收入 14.46 亿元，同比减少 3.56%。）</p>

市场排名方面，公司是智能显示行业内的龙头企业之一。根据迪显咨询（DISCIEN）数据统计，2024年公司智能交互平板在生产制造型供应商中的出货量全球排名第一；根据洛图科技（RUNTO）数据统计，2024年公司在全球TV ODM市场专业代工厂排名第三；根据奥维睿沃（AVCREVO）数据统计，2024年公司KTC品牌在中国大陆线上零售显示器品牌中销量排名第四，其中电竞类显示器销量排名第三；根据洛图科技（RUNTO）数据统计，2024年公司自有品牌皓丽在国内商用交互平板市场的出货量排名第二；根据迪显咨询（DISCIEN）数据统计，2024年公司移动智慧屏在生产制造型供应商中的出货量全球排名第一。

回顾2024年，康冠科技取得了多项重要成就：1月，公司亮相美国CES展，同月，荣获国家级“绿色工厂”称号；4月，公司获得“国家制造业单项冠军企业”称号；6月，电商购物节期间公司自有品牌取得不俗成绩；8月，公司入选“2024中国电子信息竞争力百强企业”榜单；9月，康冠科技推出行业首款医用AI一体机，并连续7年入选深圳企业500强，位列第104位；10月，公司荣获深交所信息披露最高A级评价，并首次披露中英文双版《2023年可持续发展报告》，获得Wind ESG评级A级；11月，公司自有品牌“KTC”推出“AI交互眼镜”，自有品牌继续在电商购物节期间取得佳绩，同月，惠州康冠汽车电子完成IATF 16949认证并亮相国际车载显示技术展。

### **问题二、公司营收高速增长、利润短期受抑制的原因？**

答：公司2024年实现营业收入155.87亿元，较上年同期增长15.92%。公司营收的高速增长主要来自创新类显示产品及智能电视业务，公司通过产品创新、技术提升、品牌宣传和AI赋能等来提升业务体量和市场占有率的发展战略显见成效。

公司2024年实现归属于上市公司股东的净利润8.33亿元，较上年同期下降35.02%。从全年来看，主要原因为：

（1）因行业竞争加剧及市场需求结构变化，公司紧跟市场形式，着重扩大业务体量及市场份额，盈利情况短期内受到影响；（2）营业成本较去年同期增加25.10亿元，同比增长22.64%。公司产品的定价策略通常是在原材料成本的基础上进行加成。报告期内，公司主要原材料的价格在上半年快速上行，之后有所回落。公司对销售价格的调整在考虑行业竞争态势、市场格局以及客户需求等多方面因素后，采取了阶段性地选择具有市场竞争力的价格策略，适当优化了节奏与幅度，旨在帮助和支持客户提升市场份额。这一策略导致部分产品从原材料成本加成到最终销售价格的传导过程中出现了一定的滞后性，进而对短期盈利能力产生了一定的抑制；（3）为应对行业竞争、优化公司整体业务布局并推进长远战略规划，公司采取了多项措施：加大研发投入以推动产品创新，增加宣传推广投入以提升品牌知名度，提高销售费用投入以支持营收增长和销售业务拓展，同时，随着公司规模的扩大，也相应增加了管理费用投入以应对人员扩张的需求。这些综合因素导致利润在短期内被抑制。

### **问题三、公司调整了按业务划分的数据统计口径，是出于什么考虑？**

答：主要原因系：（1）随着公司自主供应能力提升及主要原材料国产

化率提升，客户更多选择公司智能电视业务的解决方案以取代设计加工，因此公司在设计加工业务的规模逐年萎缩，截至 2024 年该业务的营业收入已经减少至 1.57 亿元；（2）设计加工业务在研发、技术、生产和销售模式等方面与智能电视较为相近。因此为更直观、准确地展示公司的业务增长构成，现将设计加工业务和智能电视业务合并为智能电视业务，从而变更了 2024 年度营收构成的列报口径。

#### **问题四、公司在费用支出方面有较大增长的原因？**

答：2024 年公司研发费用约 6.47 亿元，研发端持续投入，较去年同比增长 4.93%。销售费用约 3.94 亿元，同比增长 44.29%，管理费用约 3.38 亿元，同比增长 3.47%。研发费用方面，公司秉持技术为本的理念，保持稳定的研发团队及持续地投入，在创新类显示产品上加大研发投入，2024 年度公司在创新类显示产品研发投入约为 2.67 亿元，较上年增长 23.18%。研发费用的支持丰富了公司的产品类别，同时也加快了创新类显示产品的技术迭代，保证公司在开发新产品方面的领先优势。销售费用方面，报告期内公司加大对自有品牌“KTC”、“皓丽（Horion）”、“FPD”的支持力度，以保证公司各类智能显示产品业务的持续增长；为契合创新类显示产品目标用户需求，公司采用多元营销、精准营销策略，从而导致本年度广告宣传费、海外电商平台费用、海外参展等费用也相应增加。管理费用方面，因公司体量增长，人员规模扩大，工资开支增加。公司保持良好、稳定的团队，为辅助公司业务增长保驾护航。这些综合因素导致期间费用在短期内出现了增加。

#### **问题五、2024 年公司创新类显示产品继续高增，原因是什么？**

答：2024 年公司创新类显示产品实现营业收入 15.19 亿元，同比增长 57.94%，出货量同比增长 110.61%。随着公司不断推出新品，并基于原有核心产品的高影响力及大力度的推广，创新类显示产品现已获得较多的认可和可观的市场份额。报告期内，公司深度运用 AI 技术赋能创新类显示产品，结合前沿科技，极大地提升了产品力，叠加公司实施的差异化市场营销战略，精准定位目标客户群体，该业务在报告期内实现显著增长。

根据奥维睿沃（AVC REVO）数据统计，2024 年公司 KTC 品牌在中国大陆线上零售显示器品牌中销量排名第四，其中电竞类显示器销量排名第三；根据洛图科技（RUNTO）数据统计，2024 年公司自有品牌皓丽在国内商用交互平板市场的出货量排名第二；根据迪显咨询（DISCIEN）数据统计，2024 年公司移动智慧屏在生产制造型供应商中的出货量全球排名第一。

#### **问题六、子品牌全球化布局的进展？**

答：旗下自有品牌“KTC”、“皓丽（Horion）”、“FPD”正积极拓展海外市场。品牌宣传方面，三个品牌都已经搭建了海外的媒体矩阵，同时积极参与国内外展会，报告期内自有品牌参与了包括美国的 CES 展、中国台湾的 Computex 展、日本秋季 IT week、埃及开罗信息及通讯技术展、GITEX Africa 2024、尼泊尔 B2B Summit 等展会。产品方面，KTC 品牌的显示器、移动屏上架亚马逊、Temu 等平台，市场覆盖北美、欧洲等地；皓

丽品牌入驻亚马逊；FPD品牌的智能电视进入日本、美国市场后销量可观，在半年内跻身日本市场电视品类前列，荣获亚马逊“最佳制造业转型新星”称号。

**问题七、公司本年度分红比例好像低于往年，请介绍一下原因及后续展望？**

答：公司董事会拟定2024年度利润分配方案为：以未来实施权益分配方案时股权登记日的总股本为基数，向全体股东每10股派发现金红利1.80元（含税）。截至本次董事会召开日，公司总股本700,415,300股，以此计算合计拟派发现金红利126,074,754.00元（含税）。预计2024年度公司现金红利合计金额为126,074,754.00元（含税），占公司2024年度合并报表归属于上市公司股东净利润的比例为15.13%；本年度不以公积金转增股本，亦不送红股。公司剩余未分配利润将累计滚存至下一年度。

公司目前处于前沿科技赋能、显示技术升级、创新类显示产品品类拓展等关键时期，正努力推进新兴前沿技术与智能显示产品的加速融合，因此存在相应的研发投入需求。同时，随着公司营业收入规模的稳步提升，营运资本需求增长，因此公司需要充足的资金支持保证可持续发展。

后续公司会根据实际发展情况，稳步增长公司业绩的同时努力增强投资者回报。

**问题八、对于后续公司经营的展望？**

答：从公司的整体业务发展来看，创新类显示产品（包括三个自有品牌）、智能电视等产品市场需求较好，有望延续增长势头；智能交互平板需求平稳。后续公司将结合用户需求、市场情况、公司自身经营特点等，积极努力使盈利能力进一步提升。

分业务板块来看，公司智能电视业务的战略依旧是抓住“一带一路”国家 Local King 客户的定制化市场。2024年公司智能电视实现营业收入95.28亿元，同比增长23.47%，出货量993.25万台，同比增长25.42%。长远来看，随着“一带一路”区域国家的经济蓬勃发展，公司智能电视业务也将随之长期稳定向好发展。

智能交互显示业务后续业务的持续发展来自于三个方面：一是欧美市场未完成的教育信息化政策的继续推进；二是产品的更新换代需求；三是“一带一路”及新兴国家市场新增的教育信息化支持政策的推出。预计随着智能交互业务受益于这三方面的需求，该业务的营收和出货量有进一步提升的空间。

创新类显示产品（包括三个自有品牌）2024年营业收入同比增长57.94%，出货量同比增长110.61%，是公司增长最快的业务之一。目前公司已经通过“AI+”赋能公司的“KTC 闺蜜机 AI 版”、“AI 学习机”等产品，未来也有“AI 交互眼镜”即将上市，已经形成了多场景的“AI+”应用，后续公司将继续通过各种前沿科技赋能产品创新，不断拓展“线上+线下”的销售渠道提升品牌市占率等方式积极推进创新类显示产品及自有品牌业务，努力提高该业务的收入占比，尽快使创新显示产品业务成为公司收入的支柱之一。

附件清单（如有）	无
日期	2025年3月31日