证券代码：000810 证券简称：创维数字

 **2019年7月10日投资者关系活动记录表**

编号： 2019-02

|  |  |
| --- | --- |
| **投资者关系活动类别** | ■特定对象调研 □分析师会议 □现场参观□媒体采访 □业绩说明会 □新闻发布会□路演活动 □其他  |
| **参与单位名称及人员姓名** | 鹏华基金管理有限公司 陈大烨诺安基金管理有限公司 夏荣尧长信基金 韩洲枫泰康资产 袁毓泽国泰君安证券股份有限公司 肖 沛万家基金 陈佳昀兴全基金 邓荃文华安基金 卢维捷中融基金 王可汗中融基金 魏 征国投瑞银 王 侃 |
| **时间** | 2019年7月10日 15:00-16:30 |
| **地点** | 广东省深圳市南山区高新南一道创维大厦A座13层新闻中心 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事、执行副总裁、董事会秘书 张知先生证券事务代表 梁晶女士证券事务经理 王诗荻女士 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **一、王诗荻女士介绍公司各业务板块、目前经营概况。****二、公司机顶盒业务版块中各种盒子的主要区别？****答：**分市场来看，智能盒子市场分为国内广电网络运营商市场、国内三大通信运营商市场、国内互联网OTT零售市场，以及海外运营商市场。国内三大细分市场呈现相互促进，又相互竞争的格局。（1）对于广电网络运营商而言，公司布局4K超高清等智能盒子及ONU、PON、网关等广电接入产品，目前越来越多的广电网络运营商需要能融合宽带接入、4K超高清视频、无线覆盖、智能管家等的融合型智能盒子，以满足智能家居、物联网和安防等智慧家庭应用场景的搭建需求，提升运营服务能力和质量；（2）对于三大通信运营商，公司把握其积极建设智能多媒体家庭生态、发展数据业务的契机，布局IPTV+OTT智能盒子、以及接入设备、智能网关等智能终端产品，也积极研究推广多种融合新型终端，借助机顶盒向家庭核心信息网关中心地位演进，布局家庭AIOT；（3）对于互联网OTT零售市场，基于创维小湃自主品牌、与腾讯和百度进行“双品牌”合作等，公司定位于高端智能及年轻化、轻奢品牌形象，采用差异化产品策略，深耕OTT衍生智能产品及增值服务业务，开发出多款具备AI、Android、投影、智能语音控制、音箱等元素的影音娱乐终端产品，取得了良好的市场认可度；（4）对于海外运营商，公司经过大量前期的需求规划、产品研发、产品定义等，根据运营商需求自行设计智能终端方案、软件及系统，公司旗下的英国Caldero Limited国际化精英团队已成为能为全球一线运营商进行专业系统架构规划和项目交付的高端业务团队，屡次在欧洲、美洲、东南亚等地一线运营商中实现新突破。**三、智能汽车板块的未来会有哪些发展？****答：**随着智能化、数字化的应用，车联网、新能源等的发展，汽车“智能驾驶舱”功能与智能应用越来越多，汽车智能电子新供应商面临进入的机会与机遇。公司已进入到十余家国内自主品牌及合资品牌车厂前装项目一级供应商名录，已承接其智能中控、触控显示、数字液晶仪表、行车记录仪、智能后视镜等核心汽车智能电子项目。汽车智能电子成为公司连续两年同比增长速率超过100%的业务板块。虽技术、产品体系已完备，但从规模上还需逐渐获得行业的进一步认可。公司定位于汽车智能驾驶舱模块化集成商，夯实车载显示系统的竞争力，以显示触控系统、智能主机系统、图像安全系统及智能网联系统为基础，基于差异化及基础制造和供应链整合能力优势，进一步开拓智能应用项目及重大客户的突破。**四、如何看待未来智能盒子在国内与国际市场的发展？****答：**随着技术、应用的不断升级与变迁，人工智能、工业互联网、物联网等“新基建”背景下，新的生态体系，新的技术架构，使盒子的功能在融合及多元化。具备高级视频、无线Wi-Fi、智能接入、智能网关、4K、8K、HDR、PVR、AI、音响、投影、摄像、监控等诸多功能，向网络化、智能化、生态化演进。①围绕智能家居及互联，智能盒子已经融合远、近场的语音技术，结合手机端语音交互或微信互动等实现智能互联，承载家庭交互入口的功能；②以智能盒子为中心，集成家居网关，通过摄像头、传感器等的动作捕捉及姿态识别以及智能门锁等安防家居设备，串联起家庭生活场景信息，进行深度化的场景感知及响应，承载智能感知入口等的功能；③智能盒子整合互联网视频及音频内容，通过AI云平台链接资讯、新闻，以大数据平台智能推荐及呈现，内容、设备、用户行为、场景得以串联融合等，成为家庭信息汇聚及生态平台。目前运营商大力发展家庭物联网和智慧家庭、数字家庭工程及服务新业态，呈现：①智能接入光通讯终端；②智能多媒体信息中心；③泛智能终端设备等。运营商智能家居生态“+N”战略，需要智能盒子作平台及运营载体支撑。目前及未来，随着超高清产业链、5G通信、物联网等的发展，家庭智慧应用，无论是中国的运营商市场、互联网OTT零售市场；还是全球海外亚、非、拉及欧美等运营商及2C渠道市场，智能盒子的产业应用及前景较好，未来需求及增长的空间较大。**五、公司主营业务毛利率上升因素有哪些？****答：**公司2019年第一季度报告以及半年度业绩预告中均披露了主营业务毛利率取得提升，系基于从研发、设计端开始，持续的研发和供应链优化，基于紧密、强大的产业联盟、战略合作等，使供应商资源得以整合，全要素成本管控见效；另外，存储芯片价格水平逐渐回归常态化，公司主营业务毛利率正回归正常化水平。**六、智能盒子的市场前景如何看待？****答：**公司智能盒子市场涵盖国内广电网络运营商市场、国内三大通信运营商市场、国内互联网OTT零售市场，以及海外运营商市场。（1）据格兰研究数据，目前国内广电付费数字电视用户为1.46亿户。国内广电网络运营商网络高清、智能化、双向网络改造在持续深化，提升了广电宽带运营、拓展4K和智慧广电新业态的竞争力；5G万物互联时代加速到来，以及广电取得5G牌照，广播电视与5G、物联网、人工智能、大数据分析等的融合，将给广电网络运营带来全新的生命力。2019年一季度，工业和信息化部、国家广播电视总局、中央广播电视总台联合印发《超高清视频产业发展行动计划（2019-2022年）》，提出“4K先行、兼顾8K”的发展路线，公司将基于与广电网络运营商深度合作的战略伙伴关系，与广电一起探索新的运营合作及业务增长点，积极进取，成为广电运营商更为主力的战略合作伙伴、智能运营平台系统解决方案提供商。（2）2018年，国内三大通信运营商IPTV用户净增3315.9万户，同比增长27.1%，总量达到1.55亿户，通信运营商积极抢占智慧家庭及家庭物联网入口，继续推动IPTV用户持续增长。IPTV+OTT作为家庭智能多媒体信息中心，基于电信运营商需求公司也积极研究推广多种新型融合智能终端，推动机顶盒向家庭核心信息网关地位演进，公司也规划成为通信运营商智慧家庭综合解决方案领先供应商。（3）国内互联网自主品牌2C市场，公司基于自主品牌策略、与百度和腾讯“双品牌”合作策略，推出高端及互联网联营产品。公司打造的智能家居生活能够以智能盒子作为交付端口，以大屏作为可视化输出入口，具有可视化和多样化的人机交互特点，公司规划成为智慧家庭应用具有影响力的知名品牌。（4）目前全球海外市场数字化及机顶盒行业的发展情况：①未完成数字化的机顶盒市场，比如一些欠发达国家和地区，对基本标清功能型机顶盒尚有强劲的需求，且更新迭代的需求将一直存在；②发展中国家机顶盒市场。如东南亚、拉美、独联体、印度等，已经基本完成了数字化，这些国家学习和效仿中国“宽带中国”战略模式，互联网视频和智能IPTV业务的发展非常迅猛；③欧美成熟的机顶盒市场，基于光纤传输及IP化，传统收费电视运营商不断被电信运营商收购。公司已经进入欧美等几大主流运营商IPTV招标的短名单，未来有望实现更为较大的突破与发展；④Google谷歌新型数字电视机顶盒市场，Google 发力数字电视市场，针对运营商市场进行大力推广其Android TV生态系统。截至2018年底，创维数字是中国大陆唯一一家被Google选中作为其未来主推的Turnkey业务模式的机顶盒制造商。**七、公司未来除盒子以外的业务板块有哪些发展规划？****答：**①汽车智能电子业务，在现有产品、技术及原装厂家客户基础之上，基于汽车智能驾驶舱模块化集成商的定位，夯实车载显示系统的竞争力，并以车载显示系统为主线，协同显示触控系统、智能主机系统、图像安全系统及智能网联系统，积极进一步开拓国内一线汽车厂家客户；②结合公司智能安防、智慧城市、智慧社区、智能办公与商用显示等业务板块，向智能系统技术方案提供商、工程业务系统集成商、用户运营服务商拓展。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **备注** | 接待活动没有披露公司未公开的相关信息 |
| **日期** | 2019年7月10日 |