

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：2019-07-21

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| <p><b>投资者关系<br/>活动类别</b></p>   | <p> <input type="checkbox"/>特定对象调研      <input type="checkbox"/>分析师会议      <input type="checkbox"/>现场参观<br/> <input type="checkbox"/>媒体采访            <input checked="" type="checkbox"/>业绩说明会      <input type="checkbox"/>新闻发布会<br/> <input type="checkbox"/>路演活动              <input type="checkbox"/>其他         </p>   |
| <p><b>参与单位名称<br/>及人员姓名</b></p> | <p>           APG Xu Zichen; APS 王兴林; Artisan Partners 顾晨; Barings Salinas Zhang;<br/>           Alliance Bernstein 周敏; CLSA Alex Lin、Marley; Comgest Investment 康丽丽; Credit<br/>           Suisse Yufeng Shen; DTC Investment 邱雨菲; Dymon Asia Jamie Xiong、王勇;<br/>           Franklin Templeton 孙通; Fullerton Fund Yang Zeping; GM Capital 李明辉; Goldman<br/>           Sachs Verena Jeng; Green Court Capital Wei Ke; GSA Capital 杜劲松; Harding<br/>           Loevner Jingyi Li; HSBC Emily Li; HSZ Group 钱仲霖; Huantai investment Ziping<br/>           Deng; IDG Capital 云南; IHS markit 彭玲玲; Infocent Investment Xing Zong;<br/>           Jarislowsky Fraser Shuang Yun; Jefferies Lydia Lin; JK Capital Gun Woo; JP<br/>           Morgon Simmy Qi; Kingdon Capital Chen Wen; LST Capital Ryan Huang; Macquarie<br/>           Securities Fiona Liu; Marco Polo Pure Asset 黄晨; Marshall Wace Ek seet; Moody<br/>           Wang Ying; Morgan Stanley Tony Shen、蔡昀宸; Morningstar Don Yew; MUFG<br/>           Investment 刘冠平; Nanshan Life Insurance Wayne Liu; New Silk Capital Yea Shan;<br/>           Octo Rivers Asset Shiyang Zhang; Pictet Zhuoran Wang; Point72 Tan Kai; Qilin<br/>           Capital 王晓菲; Sanford C. Bernstein 程骥毅、徐睿艺; Schroders Ashley Chung;<br/>           Tairen Capital Fang fang; Temsek Holdings Cecelia Chen; Teton Capital 朱佳;<br/>           UBP Asset Rui Wang; UBS Securities 崔鹏翔、Jimmy Yu; UG Investment 杨凯; UOB<br/>           Investment 韩冬伟; Viking Global 张驰恒; Willing Capital 侯纪宁; 安邦资产 范<br/>           新、钱怡; 安信基金 聂世林; 傲赆资产 张钦锐; 奥凯投资 赵云林; 榜样投资 吴诗雨;<br/>           宝盈基金 陈卓苗; 保银投资 张雨声; 鲍尔太平 周俊恺、张子钊; 北大方正人寿 孟婧;<br/>           贝莱尔资本 陈芙; 彬元资本 薛栋民、吴晨; 泊通投资 韩静、田野; 博道基金 张建胜;<br/>           博笃投资 叶秉喜; 博鸿投资 李永喜; 博时基金 李昂、黄继晨、陈鹏扬; 博泽资产 谢<br/>           莹莹; 渤海证券 王洪磊; 布谷资本 林延鸿; 才华资本 唐毅; 财通证券 黎来论; 常<br/>           春藤资产管理 程熙云; 琛晟资产 赵宜韬; 辰阳资产 李响; 宸鑫资产 张宁; 晨曦投资<br/>           夏阳; 成芳投资 郭敏芳; 诚盛投资 康秩毅; 诚通基金 刘博; 诚阳投资 尹竞超; 承<br/>           泽资产 王文理; 川财证券 周子睿; 达晟投资 刘逸文; 大成基金 陈星宇、王晶晶; 大         </p> |

概率投资 高晋文；大和资本 刁恩泽；大朴资产 唐俊杰；丹羿投资 朱亮；德邦基金 韩阳；德邦证券 库宏垚；德亚投资 王肯；砥俊资产 唐皓；第一上海证券 欧阳舒凡；鼎锋资产 李梦莹、王小刚；鼎盛嘉盈投资 王祥；鼎实财富 刘志强；钉铃资产 陈勇胜、裘善龙、林金结；东方阿尔法基金 卢志奇、王琳；东方基金 郭瑞；东方马拉松投资 李名虎、任兵；东方证券 张开元、蒯剑、江舟、刘旺平、杨旭；东方证券资管 林鹏、张峰、李响、秦旭文、韩冬、郭乃幸、肖阳；东海证券 洪慧；东吴基金 江耀堃、韩旭鹏；东吴寿保 吴琳娜；东亚前海证券 杨柳青；敦颐资产 魏子翔；恩宝投资 李哲人、周丽；恩舍资产 李晨曦；方圆天成资产 陈国贤；丰岭资本 杨冬庭；沅沛投资 孙冠球；枫池投资 邢哲；复星保德信人寿 虞峥；富安达基金 钱栋彪、朱毅；富邦证券 夏瀛韬；富存投资 王磊、陈江、张句；富达基金 Junhong Qian、盛楠；富恩德资产 彭柳萌；富国基金 郭舒洁；高润资本 温武；高毅资产 罗迟放、黄远豪；歌易投资 孔令强；工银瑞信基金 任燕婷、李玉、单文；冠丰资产 黄磊；光大证券 王经纬、潘亘扬；广安证券 王亮；广发基金 观富钦、曹世宇、闫丽；广发证券 王璐、朱喆、王昭光、余高、杨小林；广证恒生 夏清莹；广州金控 黄健；广州证券 刘旭东；国都证券 余卫康；国海富兰克林基金 陈郑宇；国华人寿 张伟；国金基金 吴志强；国金证券 樊志远、方俊；国开泰富基金 高耀华；国寿养老保险 汪洋、王彬彬；国泰基金 杨飞、于腾达、李恒；国泰君安证券 冯定成、张阳、吕斯陶、王天振、陈飞达、范方舟；国泰人寿保险 洪勇凯；国投瑞银基金 周宏成；国新投资 张济；国信证券 高峰、王哲；国元证券 莫琛琛、耿军军、宗建树；海涵资产管理 王强；海螺创投 侯健；海通证券 赵菲亚、杨林、仇海南、高毓越、郑宏达、周立；海通资管 于志浩；瀚川投资 胡金戈；瀚伦投资 汪帅；瀚亚投资 于超；行健资产 罗伟业；豪山资产 蔡再行；昊青资产 张浩；浩瑞资产 任浩；禾其投资 王祥麒、彭龙安；合煦智远基金 李子扬；合正投资 刘喆；合撰资产 李泽源；和君资本 李瑶；恒生前海基金 李和瑞；恒远资本 张雪梅；恒越基金 郭卓瑜；横琴新橙资产 刘伟霞、顾晶；弘尚资产 赵杰；弘毅远方基金 周鹏、张鸿羽、邹杰；红塔红土基金 黎东升；红塔证券 王世儒；红土创新基金 张倩倩；泓澄投资 冯浚瑒、王萌萌；泓嘉基金 周捷、魏维楠；泓生资本 肖慧；花旗银行 William、许智凯、徐鹏飞；华安基金 潘东煦、杨明；华安证券 袁晓雨；华安资产 刘宇辙；华宝基金 张笑达；华创证券 张弛；华金证券 蔡景彦；华菁证券 李博、吴昱斌、李树国；华融证券 庞立永；华商基金 郭磊；华泰柏瑞基金 王林军；华泰保兴基金 黄佳丽、傅奕翔、陈晓蕾、符昌铨；华泰瑞联 赵常普；华泰证券 彭茜、陈晨；华夏财富投资 吕一闻；华夏东方养老资产 张涨、朱易昭；华夏基金 高翔、李明斯、马生华；华夏未来资本 褚天；华鑫证券 徐鹏；华信证券 何俊峰；华元恒道 刘体劲、张俊宇；汇丰晋信 许廷全、朱剑胜、郭敏、徐彝；汇鸿资产 康思齐；汇鑫投资 王莹霞；汇利资产 张运昌；汇升投资 孙章康；汇添富基金 夏正安、刘闯；惠理基金 周哲；惠通基金 马飞；翊鹏投资 夏志平；混沌投资 肖滨、孙宁、吴海宁；火星资产 马骁骁、母斌；嘉实基金 Grace Hsu、李涛、胡涛、王丹、胡

宇飞、刘岚、彭民、韩丽、王贵重、徐颖婷、王东、归凯、吴越、姚志鹏、栾峰、张淼、郭杰、吴振坤；建信保险资产 杨玥；建信基金 姜锋；建信养老金 陶静；建银国际证券 邱琳；交银康联寿险 郭皓；交银施罗德基金 郭斐、高扬、何帅；金和资本 王瑞思；金建投资 冯杰波；金信基金 江磊；金鹰基金 陈磊；金舆资产 徐杨；京华证券 李学峰；景林资产 叶浩、蒋彤、童坤、谢涵韬；景顺长城基金 张雪薇、刘苏；九泰基金 徐占杰；九远基金 刘建宇、李忠亮；玖龙资产 徐斌；巨杉资产 王致人；巨洲投资 李伟驰；君和资本 宋礼之、裘开屿、胡梦承；君茂资本 高新宇；凯读投资 朱瑾；凯丰投资 牛洪乾；凯盛投资 彭柏文；凯石基金 周德生；凯基证券 魏宏达；坤厚资本 陈肯、胡浩；坤阳资产 熊兴华；昆仑信托 陈勇；雷钧资产 郭杰；理凡投资 高嘉利；联创永泉资产 卢扬；林孚投资 姜军；林森投资 丁凡伦；领骥资本 王青晨；龙腾资产 张朗；陆家嘴国泰人寿 王汉秦；麦格理基金 余新；美林证券 朱可欣、Robert Cheng；民生财富投资 董海楠；民生加银基金 肖扬、刘霄汉、孙磊、王凤娟；民生证券 胡独巍、郭新宇；明己投资 付羽；明见投资 马玉杰；摩根大通 张亚坤、冯今天；摩根士丹利基金 李双星；南方基金 王博、陈卓、章晖；纽堡亚洲中国投资 Elena Shen；农银汇理基金 王若擎、张怡旦；诺德基金 孙小明；盘京投资 王莉、陈勤；鹏华基金 程卿云；鹏扬基金 王杨；平安信托 刘晓；平安养老保险 蓝逸翔、李文泉；平安证券 窦泽云、徐勇、李峰；平安资产 刘宁、胡蓉；朴信投资 邹国英；七叶树资产 王飞；期期投资 陈译究；奇石投资 吴航；祈霖商务咨询 朱琪玮；千合资本 邵少宏；乾瞻资产 陈晨；桥河投资 李灿林；青鼎资产 贵博涛；清河资本 肖盛弘；清水源投资 程宇楠；群益投资 洪玉婷；热土投资 梁成树；人保养老 颜世琳；仁浩投资 钱文琼；榕树投资 杜志君；如山汇金资本 朱琼；瑞信资管 常立；瑞银资管 谢荣；睿新资产 杨湘云；睿远基金 杨维舟、朱璘、金字、陈烨远；润晖投资 苏李；赛领资本 韩虎臣；三井住友资管 杨履韬；三新投资 李想；三星资产 唐皆丰；森锦投资 高峰；陕西投资 戎雪峰；善道投资 张彦琨；善润投资 徐继承；上投摩根基金 李博；尚科投资 江建军；尚雅投资 齐贺天；申九资产 欧阳沁春；申万宏源证券 蒲梦洁、施鑫展、洪依真；申万菱信基金 董哲；申银万国证券 王文翌；生命保险资产 陈启航；施罗德 宋敬祎；拾贝投资 陈俊、何金孝；世诚投资 沙小川、陈家琳；双安资产 宋彬；顺丰资产 邓永明；太平洋资产 张玮；太平资产 秦媛媛、刘阳；泰达宏利基金 孟杰；泰康香港 Yue Lu；泰康资产 陈虎、管镠；泰旻资产 汤明泽；天安人寿保险 曹永；天虫资本 许嘉诚；天风天成资产 邹颖、宋鹏；天弘基金 李卢、周楷宁；天隼投资 赵捷；天宇康威咨询 刘志刚；天治基金 田环；同安投资 仲华超；同方以衡基金 王婧媛；彤源投资 薛凌云、庄琰；万丰友方投资 胡江宾；万和证券 朱琳；望正资产 旷斌、韦明亮、李鲲朗、汪程程；维思投资 范钧朝；文博启胜投资 吴晓翠、李振飞；西部证券 邢开允；西南证券 仇文妍、唐静、黄弘扬；喜诗企业咨询 章圣治；相聚资本 余晓畅；新华基金 王勇明、王永明、王浩、付伟；新活力资本 吴鹏飞；新时代证券 常杨、曾萌；新思哲投资 罗洁；鑫元基金 尚青；信达证券 郑勇；信璞投

|    |   |
|----|---|
|    | <p>资 刘杰； 星耀资本 白光； 兴全基金 孟灿、乔迁、陈宇、张晓冬、王坚； 兴业证券 孙乾、姚康、隋永亮、廖晨轩、谢恒、郜震霄； 兴银基金 袁作栋； 兴证证券资管 杨亦； 雄略投资 杨阳； 秀龙投资 秦威； 旭松投资 张泽政、沈晔； 寻常投资 杜凡； 循远资产 王雪峰、刘勇； 巽升资产 潘其超； 亚太财险 刘强； 野村证券 腾泽安； 易方达基金 欧阳良琦、沈若雨、倪春尧； 易同投资 白晗； 弈慧投资 王佳鑫； 益亨投资 丘欣远； 益菁汇资产 刘旭； 毅恒资本 谢昆； 毅木资产 姜月； 银河基金 杨琪； 银华基金 唐能、向伊达、孙钊、杜宇； 银杏资本 黄炯； 隐形冠军基金 庞勤； 盈峰资本 张珣； 永瑞财富 赵旭杨、曾维江； 涌金资本 张传杰； 友邦保险 黄文静； 禹合资产 吴佩伦； 圆方资本 黄靓； 圆合金控 曲兴胜； 圆合资本 李晨； 圆信永丰基金 浦宇佳； 源乘投资 彭晴； 源乐晟资产 柳士威、吕小九； 远望角投资 曾实； 远致投资 钟倬铭； 愿景投资 汪敏； 云门投资 俞忠华； 云栖资本 柯鸣； 云禧投资 龙华明； 泽履资产 陈一羲； 泽源资本 金岩； 长安私人资本 王泽睿； 长安信托 茅玉峰； 长城国瑞证券 刘亿； 长河资本 李灿； 长江养老保险 邹成； 长江证券 欧阳刘琳、王伟； 长江资管 吴若宗、罗聪； 长金投资 缪新凌、郑晓军； 长盛基金 张磊； 长信基金 陆晓锋； 招商证券 王淑姬、方竞、王舒君； 招银国际 贾儒轩； 昭时投资 蔡博； 肇万资产 崔伟； 浙商基金 陈鹏辉、王斌； 浙商证券 朱雍利； 正心谷创新资本 武玉迪； 知常容投资 张志刚、万告达、高捷； 挚信资本 薛良辰； 智东西 季瑜生； 智路资本 张强； 中诚信证券 杨子奕； 中鼎资本 金字烽； 中庚基金 王浩冰； 中海基金 左剑； 中航证券 李常； 中荷人寿 尹西龙； 中金公司 杨俊杰、冯达、韦昕、黄乐平、吴雁庭； 中金资管 周成； 中民投资 兰昆； 中农基金 甘常琪； 中欧基金 邓达、邵洁、罗佳明、刘昊聪； 中欧瑞博投资 任建军； 中融基金 柯海东； 中泰证券 谢春生、张新； 中泰资管 谢梦妍； 中天证券 刘大海； 中投证券 郭凌雁、陈曦； 中信保诚 杜中明、刘锐、胡喆、金炜； 中信产业基金 翁林开、杨涛； 中信建投 刘曼青、丁森林； 中信兴业 何锐； 中信证券 何信、胡叶倩雯、夏胤磊、黄哲、刘江超、陈晓旦、卢华权、李品科、张晓亮、李尧； 中信资本 赵巍华； 中益投资 陈榴信； 中意人寿保险 黄轩； 中银国际证券 宁宁、杨思睿、王达婷； 中银基金 潘明敏、王帅、袁哲航、曹娜； 中银瑞信基金 农冰立； 中银香港 陈佳楠； 中邮基金 雷蒙、刘翔、徐鸿飞； 中再资产 姜通晓； 重阳投资 赵阳； 朱雀基金 张劲琪； 珠海创投 王阳； 紫金财产保险 吴磊磊；</p> <p>美市科技有限公司 高顺； 鹏博行业研究 沈林； 青岛康科自动化有限公司 赵春雷；</p> <p>个人：陈汪杰、何济东、李亦萌、马芮、舒彩云、宋明庆、王平然、魏又春、夏冰、赵刚、赵宇晨、郑锡东</p> |
| 时间 | 2019 年 07 月 20 日  |
| 地点 | 公司总部会议室（电话会议）   |

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| <p>上市公司接待<br/>人员姓名</p>         | <p>高级副总经理、董事会秘书 黄方红女士</p>   |
| <p>投资者关系<br/>活动主要内容<br/>介绍</p> | <p><b>一、公司经营情况说明</b></p> <p>2019 上半年，国内经济持续波动，海外业务环境的不确定性持续上升，市场需求面临经济和政治的双重影响。报告期内，公司实现营业收入 239.23 亿元，比上年同期增长 14.60%；实现归属于上市公司股东的净利润 42.17 亿元，比上年同期增长 1.67%。公司 2019 年上半年毛利率为 46.33%，比上年同期提高 1.83 个百分点。分季度来看，在营收方面，一季度同比增长 6.17%，二季度同比增长 21.46%，归属上市公司股东净利润方面，一季度同比下降 15.41%，二季度同比增长 14.98%，二季度相比一季度明显转好。</p> <p>我们从国内外两方面看上半年的经营状况：</p> <p>国内业务，2019 上半年实现营业收入 169.80 亿元，同比增长 16.46%。如一季度电话会所说，从三月份开始，商机数量逐步增长，二季度社会投资开始企稳，公司 PBG 业务企稳，EBG 业务较快增长，SMBG 较一季度相比有明显回升，其中有去年同期去库存导致收入基数较低的影响，但也反映出，在面对经济周期性影响，因为海康威视产品线丰富，应用范围广，在应对冲击时有一定的抗压性。</p> <p>海外业务，2019 上半年实现营业收入 69.43 亿元，同比增长 10.29%，增速与过往相比有明显下降。由于美国《国防授权法案》的影响，和美国商务部“实体清单”制裁等方面的担忧，美国的营收从去年下半年以来呈现负增长的态势，公司对中高端市场的拓展因为一些非市场因素的干扰，短时间内在很多国家的进展不大。土耳其、巴基斯坦等国家因为汇率问题导致本国购买力大幅下降，对我们的业务开拓非常不利。整体而言，上半年海外业务面临的压力是比较大的，但公司在海外拓展的决心没有改变，会根据不同国家的特点因地制宜确定具体经营方针，有针对性的布局业务，进行精耕细作，通过付出更多的努力，来应对挑战。</p> <p>创新业务，在 2019 上半年实现营业收入 17.28 亿元，同比增长 56.21%，占公司营收比重达到 7.22%，毛利率 39.72%，比上年同期增长 2.63 个百分点，其中智能家居、机器人业务的盈利规模不断扩大，并且保持较高增速，品牌影响力也在逐步建立。</p> <p>费用方面，我们上一次会议分析过公司费用投入的合理性和必要性，面对智能化和大数据带来的商业机会，公司在过去三年时间员工增长约 2 万人，2019 年公司仍有人员投入，但增速已经放缓。人力增长产生的费用影响持续存在，公司将继续精耕细作，提升效率，将费用率控制在合理水平，同时努力将资源转化为收益。</p> |

毛利率方面，2019 上半年公司整体毛利率为 46.33%，几个方面都产生正向影响，1) 增值税下调对毛利率有积极影响；2) 公司内部降本控费持续进行，对毛利率有提升；3) 收入结构方面的变化，如工程施工收入的占比下降，对整体毛利率提升也有正面影响；

经营性现金流方面，第一季度为-30.38 亿元，第二季度 26.07 亿元，两个数字较 2018 年同期均有改善。

2019 年二季度，公司加大了部分物料的备货，来增加应对不确定风险的弹性，导致存货与应付款项均有所上升。公司目前在手现金及等价物余额 212.51 亿元，对外部经营环境的变化有预案，我们有能力做好各种可能性的应对。

以上是 2019 上半年业绩的主要情况。

最后，关于 2019 年前三季度的预期，目前国内经济形势逐渐明朗，海外的不确定性风险依然存在。基于目前我们对宏观走势和行业形势的判断，公司将保持稳健的经营策略，公司对前三季度的净利润增长预期为 0~15%。我们将努力争取全年收入增长达到 20%以上。

## 二、Q&A 环节

**Q: 黄总你好，我有两个问题，一个是关于上半年的增速，拆开来看，我们创新业务成长的比较好，50%的增速。但是安防这一块平均来说是 12%的增速，想问一下就是安防一二季度的状况各自是怎么样子的，然后预计三季度会是怎样的趋势。**

A: 一季度报表没有分拆的业务数据，我们大致解释一下，一季度创新业务虽然也受到一些影响，但总体还是比安防的数据好很多。从一季度我们收入增速较低和净利润负增长这个结果来说，安防作为我们的主业，占到 95%左右，安防总体不好才会出现这么一个情况。

关于三季度，我们现在给出的净利润增速预期是一个向好的趋势。同时，我们希望做到全年收入增长 20%以上的目标。

**Q: EBG 这块上半年大概是一个什么样的情况？**

A: EBG 板块从收入增速的角度来看，是几块业务当中比较好的。跟整个市场的变化有关系，因为 EBG 整个市场有很多的需求空间是过去没有看到的，或者说是现在产生的一些新的需求。比如最近很热的垃圾分类，垃圾箱的摆放点，一般都会有监控探头，不管这个探头用的是谁家的，对于整个市场来说，它是新的需求，增加市场容量的。类似的需求不断产生，行业的空间快速打开。所以对 EBG 来说，随着技术的发展、产品的不断丰富、产品性能的提

升以及功能的扩展，给我们的业务增加了很多新的机会。

相对而言，PBG 是比较传统的公共服务业务，过去十年与现在相比，现在与未来十年相比，政府管理的主要职责不太会发生实质性变化。这是两个行业目前来看差异比较大的原因，我们对 EBG 增速的预期会更大一些。谢谢。

**Q: 我想问一下二季度营收上去之后，其实咱们的费用比率确实有控制吗？之前您提到可能今年人员增长是在 10%这样一个目标，不知道这个比例大概会有变化吗？**

A: 目前没有变化。费用比就是一个分子分母，分子支出不变，如果分母增速不够，就会导致费用比提升。我们的人员数量规模已经放在那里，全年预期支出不会发生太大变化，所以比较合理的做法是让我们的收入增长和费用增长保持相对比较均衡的增速，避免费用占比过高的情况出现。

**Q: 我们可以看到管理费用上半年增长 23%，然后我们最近也了解到公司的组织架构有一些变化，包括三个板块负责人有变动，这块公司是怎么考虑的。**

A: 这个部分可能跟费用本身没有关系，是公司战略性的业务重组变革。在 2018 年年报当中也说得非常清楚，我们把过去七个主要的行业按照 PBG、EBG、SMBG 这样的架构进行调整。在调整过程当中，公司根据自身的考量，对业务负责人做一些工作任务的重新划分，这些都是很正常的做法。

**Q: 在海外情况那么复杂的情况下，公司还能实现正增长，很不容易。能否跟我们分享一下，海外业务的主要的增长点是在哪里？我们美国的收入在不断下降，也就是说美国的影响，慢慢对公司整体的影响不会很大。下半年我们什么时候能够看到海外受政治影响比较小的地区业务能够正增长去抵消掉美国向下的影响。**

A: 这个问题可能比较难预测，因为中美关系的变化我们谁都说不准，从 3-5 月再到现在，预期一会好一会不好，所以让企业来做预测确实很困难。

从目前美国的情况来看，价值观和文化方面的冲突很难在短时间内消除，所以我们还是偏向于略悲观的预判；美国现在的国防授权法案，已经是一个生效的法案，目前很难有大的实质性改观。关于制裁的问题，我们也不好说后续会怎么样。其他的市场，今年上半年负面因素也都比较多，像土耳其和巴基斯坦，由于汇率的原因，影响比较大；阿根廷等国家，受

到政治和经济的影响，所以业务情况也不是那么的理想。

好的方面，我们看到发展中国家随着城市化的进程，人员流动加快，整个国家的治安需求上升，对监控领域的政策法规也比较宽松，行业从业者数量也在增加。所以发展中国家比如说像印度、越南、菲律宾还有一些东欧的国家，安防的需求现在看来还是比较乐观的，比较明显的在往上走。

发达国家目前的形势比较难预测。这些市场对监控的需求也比较成熟，一些需求进入到产品更新换代改善的周期；同时，它对意识形态这方面的要求比较高。所以在发达国家我们既看到了一些比较乐观的因素，也看到了一些阻力。

各方面因素都平衡的来做判断，海外市场长期来看，我们还是有信心，但短期看到的负面因素也特别多，谢谢。

**Q：目前我们看到很多新的需求，比如垃圾分类，还有像明厨亮灶，无人收费等，但是因为海康本身的体量非常大，从上半年来看这些新的应用，是不是能够成为一个新的拉动我们国内收入的增长点？**

A：谢谢。这个问题问的特别好，公司每年都在做 SP (Strategy Plan)，我们在不断的研究市场各方面的商机和需求，结合市场宏观走向及公司内部对自身产业的理解，研究哪些需求是真正对公司有实质上影响的，而哪些只是产生一些增量。目前来看我们还是认为，国内和海外市场对安全和防范存在持续而强烈诉求的大趋势没有改变。同时，国内有很多方面比较领先，包括像垃圾分类、明厨亮灶、高速收费口的改造等等，都已经脱离开单纯安防的需求，而是在提升效率这个方面了。从效率提升这个角度来说，我们一直都觉得比安防本身的概念大很多，每一个点都可以展开，海康的特长恰恰也在这里。因为我们的产品线特别的丰富，我们在各个的领域都可以产生应用，我们的产品灵活性又很强，随时可以做一些定制调整。当一个新的应用领域诞生，不论我们能拿到多大的份额，我们肯定还是有很大的机会参与其中。从这个角度来看，在传统安防领域外，存在大量的应用空间，所以我们对产业有信心。

当然，这个产业很难分析，很难看到某一个具体需求对产业产生天翻地覆的改变。我们身处的这个行业就是这样很碎片化的场景，我们要去做的就是把这些碎片化的场景一个个做好，把我们自己的基础打扎实，一点一点往前走。这是我们对产业的一个认识，谢谢。

**Q: 我们一季度给了二季度明确的单季收入增长 20%的指引，确实完成了，不过在这一段期间其实是发生了很多之前没有预料到的一些海外的政治波动，Q2 的海外收入其实应该是低于之前的预期的，我们从增速上看，应该好像也能看到这一点。那么 Q2 的国内的需求，尤其是我们国内的收入的增速应该是超过了我们的预期，黄总能不能再更细的帮我们拆解一下，Q2 我们最终还是完成了这样一个目标，最主要的驱动在哪里？是 EBG 这边的需求在超预期吗？**

A: 确实把一季度和二季度的财务数字对比一下就能够看到，海外增长二季度不是太理想，原因也很明显——对制裁的担忧。

从 5 月 22 日纽约时报新闻出来，有一些海外的客户产生了焦虑和担忧，对我们海外的收入增长产生了一定的影响。经过一段时间的沟通和安抚，这些情绪平复下去。相对来说，国内对制裁问题的担忧更提前一些，从去年的下半年到今年 5 月，一直不断在讨论制裁的问题，所以不管是客户也好，还是投资者也好，对制裁慢慢都做好了心理准备，所以反而在国内没有那么大的直接影响，这是一个心理上的问题。

另一方面，是关于国内的增速，我们在一季度讲到，我们对 EBG 还是比较看好的，当时 PBG 和 SMBG 在一季度的情况都不是太理想。二季度这些 BG 都开始企稳，SMBG 信心也上来了。总体来看，公司 20% 的增长不能光靠一个 BG，还是要靠大家齐心协力。海外的收入增速缺了一块，国内确实也特别的努力，弥补了海外的缺口，大家都在努力实现公司既定的战略目标。

**Q: 我们给出二季度 20% 的这样一个信心，是来源于我们看到公司商机数有明显的回暖，所以我也想请黄总帮我们更新一下目前公司的商机数的情况。**

A: 商机数现在也有波动，因为商机数的背后反映的是各个领域的投资信心，这个信心跟中美谈判有比较紧密的联系。从 3 月份我们看到往上走，到谈判停下来，再到重启谈判，也有个上上下下的一个过程。

关于宏观的感觉，我相信你们看的行业多，可能比我了解的更准确一些。关于国内的宏观情况是不是变得好起来了，可能不太好下结论，各个行业的情况不太一样。但是对于安防产业来说，因为海康的产品线比较丰富，产品应用范围很广，所以相对来说我们的抗压性是比较强的，压力过来的时候我们能撑一撑，行业企稳的时候我们能争取反弹得快一点。

**Q:** 毛利率这块其实大家也能看到，Q2 单季的毛利率其实创了近五年的新高，刚才您的介绍部分也讲了，这里面可能有一些因素，像增值税下调、公司的成本控制，还有收入结构变化，我们有没有做过定量测算，汇率的变动对我们 Q2 单季的毛利率，影响大概是在多少？还有因为前期公司公开跟大家交流说到今年毛利率继续往上提，其实是有压力的，但是 Q2 还是毛利率继续往上提了很多，公司对未来的毛利率是一个怎么样的展望？今年毛利率还能够维持在比较高的一个位置吗？

**A:** 谢谢，这个问题我稍微澄清一下，因为国内的增值税下调对毛利率是有积极的影响的，但是退税又是往下走的，所以总的来讲对公司的营业利润影响应该不大。

毛利率的问题，我们过去也聊过很多次，我们并不希望把毛利率做的特别的高，但我们又要维持住毛利率。公司每年推出很多的创新产品，这些新产品的毛利相对较高，可以帮助整个公司的毛利保持在一个比较好的状态，另外公司也在做大量降本的改善工作，这两个方面是公司真正的竞争力来源。至于汇率、增值税下调、收入结构变化等等，这些因素属于短期影响，我们觉得不是特别需要去关注。因为公司的竞争力来源还是在于我们的创新，以及在产品成本方面的改善。

**Q:** 我们看到 6 月份海外的两个公司，松下、施耐德，他们都把安防业务给剥离到独立的 PE 公司，从您的角度来看，您觉得他们为什么在现在这个时点这么做，然后您觉得后续对于行业会有什么样的影响？

**A:** 我没有特别仔细去关注过这两个公司，大概在过去五年的时间里，日韩和欧美的品牌在安防这个领域的竞争力是在走下坡路的，所以他们也逐渐在缩减规模。18 年下半年因为中美贸易战等一些非市场因素的影响，包括美国的国防授权法案的限制，一些中国公司、日韩公司以及台湾公司，抓住机会想抢一些市场可能留出来的空档。

从商业竞争的角度来说，我们觉得这些公司本质上并不是特别有竞争力。但是现在因为非市场因素、非商业因素在起作用，可能会有一些增长的机会。这些事情超出了我们能够控制的范围，所以这个事情可能要看一段时间，但我相信不可能长期都是这样的状态。至于松下、施耐德有什么样的考量和打算，我不好判断。

**Q:** 我记得您之前说打算把营收结构拆分，后续改成按照三个事业部来进行呈现，上半年其实我们还是维持了原有的分法，可以看到中心控制设备这块还是保持一个比较高的增

速，能不能请您简单的介绍一下这一块的潜力。

A: 关于报表的呈现的方式，我希望推动公司在这方面做一些调整 and 变化，把报表的呈现跟公司现在业务的布局一致起来。因为单纯从产品的维度来拆分业务，会让大家产生很多困惑，好像公司就只是卖产品的公司。另外关于中心控制这个产品分类，因为里面有很多的产品，数据中心就放在这个分类里面，有些分析师可能希望借助这个分类的增长来判断公司的战略性业务是否发展良好。确实，不可否认我们的一些 AI 的产品卖得是很不错的，我们比较坚定的在认定的未来发展方向上前进。

但是单纯从这一个分类分析是比较单薄的，中心控制这个分类的金额也不是太大，所以只能说看一些迹象。另外，比如我们的前端里面有非常多的智能产品，我们现在把智能的算法嵌入在前端做成产品，我们的后端产品中有很多带智能化功能的硬盘录像机，所以其他分类都有包含 AI 的产品。希望大家给我们一点时间，因为分类切换对财务部门的后台核算会有很多要求，也要跟会计准则去做合规，这方面我们还在努力地往前推进，争取在 2019 年的年报能完成切换。

Q: 咱们一直讲从安全到管理到提效率这样一个维度，其实这是对公司供给能力上的一个提升，像以前可能找一些类似安保部门就可以了，未来我们可能想要去对接人力这些方向，感觉这个难度还是挺大的，对于能力的要求其实变化也很多，感觉整个业务的链条会变得更长，从您的角度来看，我们现在走到了哪一个步骤，是我们已经完全调整好了吗？还是说我们还在一个调整的过程之中？

A: 这个问题特别的好，也特别的犀利。我们还在调整过程当中。公司过去给大家的感受还是卖产品的味道更明显一些，从偏重于卖产品，切换到给用户做解决方案，在能力上有非常全面的要求。这个解决方案也不仅是过去那种大的行业方案，还需要结合用户的实际情况，这种方案的颗粒度做到什么程度，哪些作为我们的基线方案，哪些是定制方案，我们不断地在这个产业当中去摸索，找到自己的定位，找到最佳的投入产出的平衡，所以这个事情应该说一直都在路上。

另外一个方面，从 2018 年推进整个调整到现在，不能说我们内部架构调整对于短期收入业绩的完成没有影响。因为面临这么大规模的架构、职责和人员的调整，对员工的工作投入肯定是有影响的。

我们在去年的年报当中提到，我们基本完成了统一软件架构平台的搭建，也把我们的数

据架构和计算架构都考虑清楚了，这些真正决定我们战略走向的问题上，我们都已经想明白了。那么剩下比较长的路，是我们在过去三年增加了 2 万人，而这 2 万人是快速的投入到公司的，有一个从进入公司，接受公司的文化，到有业绩产出、与他人协同的过程。我们都知道人的成长有一个时间周期，从员工的成长以及我们业务的调整来说，需要大量的磨合，其中尤其是能力的提升。所以我们内部也做了大量的培训、沟通，包括 EBG、PBG 的行销下沉，做大量细致而务实的工作，这些可能是企业经营不太为外部所知，但同时又特别重要的内容。

**Q: 我们现在能够看到，其实整个 AI 在 PBG 的层面，需求确实是很旺盛的，但是在 EBG 层面公司展现出来的一系列案例，我们微观来看，可能 AI 还没有完全走出安全的范畴，您觉得到什么时候能够说 AI 在 EBG 的层面有一个比较好的快速落地，您怎么看这个问题？**

A: 现在确实是处于星星之火的状态，我们 EBG 在跟各个行业的头部用户进行业务合作，从房地产、各类能源企业、智能楼宇、园区等等，维度特别的丰富，同时又特别的分散，也比较难看到某一类业务一旦展开后，就形成只需要复制就能开展的模式，这是行业的一个真实状态，就是非常碎片化。

像工地实名制，一定程度上还是偏向于安全管理的需求，但是它又包含了强烈的效率提升需求。因为工地中干活的民工数量多，靠几个人把一个工地中几百上千人管好很难。据统计全国有超过 70 万个工地，工地实名制，运用智能算法对工人身份进行识别，其中也对是否佩戴安全帽进行识别，一方面是安全管理的需求，另一方面是提升管理效率的需求，这两者的界限没有那么的清晰。提升效率的需求一定程度上加速了 AI 业务的发展，现在的工地管理完全不是过去那种手动登记、人盯人的管理。像这样的应用，应该会越来越多。

目前，确实很难找到快速复制普遍推广的案例，因为这个产业就是小颗粒的碎片业务。

**Q: 我们是否可以说现在整个国内安防这一块应该比三个月前还更乐观，下半年关于 EBG 还有 PBG，是否 EBG 这边会看的比较乐观一些呢？**

A: 虽然有很多的不确定性，我们应该讲还是乐观的，谨慎乐观。

短时间来看，外部的干扰因素目前相对来说安静一些，等待下一波的变化，如果中美贸易谈判结果好可能大家都更乐观一些，如果谈判不是那么理想还会再走回头路。

但总的来讲，相信大家都深有感触，中美贸易摩擦开始时，大家都有点战战兢兢，不知道谈判失败会是一个什么局面。通过今年上半年从谈到分的过程，好像大家的心理准备慢慢

已经有了。对于海康来说也是一样的，我们对中美贸易的谈判，对美国形势的判断，也是从焦虑担忧到逐渐心里有底的一个过程，所以尽管这些负面因素都还存在，但是心理的准备过程已经做完了，不管最后结果是好是坏，至少不会特别的手忙脚乱。从这个角度来看，我们保持一种乐观的情绪，我们会把更多的精力放到我们业务的发展上面来。尽管不确定性仍然存在，我们看到整个社会的信心，包括各个行业，都随着这样一个大的趋势在波动，但我们相信未来会比今年一季度、去年年底要好。

所以我相信海康有这样的一个心理变化，把精力聚焦到业务上来，其他公司也会走到这样的阶段，不管外部怎么变，把心放下来，认认真真把自己的业务做好。如果所有的公司都这么想，宏观也就好起来了。

从我们内部来说，2018 年我们做了一次大的战略变革，变革过程当中面临一些业务上的调整和员工职责内容的转换，可能心思也没有百分之百都在业务上面。2019 年大家心定下来了，业务架构也清晰了，方向也想明白了，都踏踏实实的把自己的工作做好，所以这方面我们也觉得是一些乐观的因素。

**Q:下半年在现在看到的能见度下，您觉得 EBG 和 PBG 哪个增长会比较快？同时想请教，根据之前提过的内部追踪方法，从内部来看，增长的能见度的长短如何？谢谢。**

A:能见度肯定是不长的，最聪明的分析师们在这个产业研究了十多年，也没能找到一个比较科学合理的方法把产业看清楚，用模型把它算出来，我们做企业就更草根一点，所以很难说有很长远的视角能把整个业务都看明白。

如果从自己内部，从产业的发展空间来看，我们会把这个票投给 EBG，因为它代表了社会效率提升改善的走向，我们要把社会变得更好，必然面临效率的提升、费用成本的节约，EBG 似乎更吻合大趋势。SMBG 是分销渠道，也面向有很多的改善型的业务机会，SMBG 二季度也是明显向好的。总之，PBG、EBG 和 SMBG 都不能差，因为任何一个 BG 差了，整体的业务可能都无法拉动，但如果说略快一些，还是对 EBG 的期望值更高一些。

**Q:目前 AI 产品的进度跟年初预期的相比，是一个怎么样的变化？谢谢。**

A:不管是什么产业，都存在一些先锋用户。比如说楼宇的门禁，过去绝大部分的门禁都是刷卡，而海康自从去年搬进新园区后，用的是刷脸的门禁，现在杭州也已经有很多地方用上了刷脸的门禁。刷卡存在携带、登记等各方面的问题。比如说车牌识别，现在用停车卡来

管理停车场的情况已经越来越少，基本上都是车牌识别，用的比较好的车牌识别是 AI 算法车牌识别。这些行业应用可以把它理解为先锋的行业或先锋的用户。后续会有其他的应用需求，每一年都会有新行业应用起来。所以我们对 AI 产品的发展还是非常的有信心，因为不管是从算法还是硬件产品，我们都做的非常好。

同时需要提到 AI 开放平台，因为在 AI 算法的训练中，除了人脸、车牌这种通用性比较广的算法之外，还有大量的小场景算法。这些小场景算法决定了应用有没有价值，是 AI 产品推得好不好的最根本的关键。我们用 AI 开放平台来解决算法训练的问题，包括之前提到工地安全帽检测的例子，摄像头识别有没有戴安全帽，在算法上要经过一些训练才能实现这个场景的应用。比如说柜台中的商品是否缺货，存货少于临界值进行提醒等等，类似的应用我们都在往前推，已经有很多很好的实践案例。但是要讲预期还是比较难，因为目前做不出来测算模型。

**Q:海康现在这几年都处于一个转型、升级、发展、变革的阶段，且自身又有股权激励规定的 20%收入增长的需求。一方面有投入和转型的客观需求，同时也有要对员工和资本市场交代的要求，那如何做这样一个平衡？比如推物信融合或 AI CLOUD 的理念，对于一线的员工和同事会是什么样的接受度和状态？因为传统产品是比较简单直白的，但方案或智能化的方面，跟客户的结合度以及各方面的定制化开发难度都会更高，所以请问在此时间段、此状态下，公司自上而下的大概会有怎么样的想法，以及实际推进的状态？**

A:在实际推进的过程中也必然存在所谓的“洗脑”，洗脑是否成功，决定员工能否全情投入来做一个新的有困难、有挑战需要克服的领域。

岔开一点讲，过去讲科学是通过实验来证明，并以此来说服别人；但还有一些不靠实验来证明的东西，是引起大家的共鸣。这两者在我们的业务中都存在，一些成功的应用案例，能够给用户很契合的方案提升效率，能够帮用户解决棘手的管理问题，具有很强的说服力。还有另一方面是大家共同的认知产生共鸣，物联网这个产业，如何真正展开应用一直没有好的途径，理念很好，但不知如何实现。现在海康通过传感器为这些事物赋予智能，这是非常关键的一个环节，没有传感的智能，就谈不上物联网的数据输出并走向智能的应用。从这个角度来说，我们的业务能够让大家产生认同，形成共鸣。因而我们的业务能说服自己的员工和客户，又在应用的价值层面能让大家产生需求的共鸣，这样的业务具有很强的生命力。所以在内部推广的过程中，大家很容易达成共识，对这个业务也特别有信心，觉得对未来特别

的重要。有这样强烈的驱动在,我们坚信选择的方向是正确的,而过程需要时间。

**Q:之前海康整个渠道市场的下沉做的很好,在最近一年海康在渠道推云商平台的理念和方式是对既有的合作方式有一定程度的改变,对合作伙伴的要求也在提升,这种推广会有哪些具体的难度?又是基于什么样的考虑去推云商平台?对公司在收入或者经济上会有什么样的回报?另外,整个推进要出比较明显的效果需要多长时间?**

A:渠道业务可以做的很容易,找好经销商,把产品卖给经销商就好,这是一种做法。渠道也可以做得很深,不仅把货卖给经销商,同时也关心经销商花多长时间把货卖出去,卖给谁,下游是谁?是二级经销商还是用户?用户又分别处于哪些行业,是怎么来应用这些产品的,对产品的感受如何等等。要把经销的渠道做扎实,必须一步一步推进、深入。我们认为自己跟经销商是伙伴关系,并非把产品卖给经销商,放入经销商的仓库就完事了。所以我们需要能够把我们、经销商以及更多的二级经销商联系起来的平台型管理工具。现在全国有很多的经销商,若靠人工来管理、沟通,就太复杂了,所以这是云商平台产生的原因。

另一方面,海康的产品比较丰富,经销商也多,靠邮件、口头沟通,效率过低,云商平台可以使信息传递更为高效、便捷。另外,还有很多其他的功能,例如集成商、安装商,是否被认证过,能力等各方面是否被认可,这些问题都可以用平台来做集成管理。同时我们可以给合作伙伴很多的赋能,帮助提升他们的能力(包括提供更多的训练),都可以集成在一个大的综合平台中。关于云商平台,还有很多细致的工作要做。

**Q:目前看到海康上半年的所得税较高,年报也提到一些高税负的子公司增长较快,从此来看,海康全年的所得税是否会比往年高?**

A:应该不太会有变化。海康威视全年的所得税有效税率一般在10%附近,从目前政策看不会有太大变化;下属子公司的所得税,则根据每个子公司的具体情况所得税也会不一样,包括子公司的利润结转情况等,各方面均可能会有影响。

**Q:个人计算海康上半年的所得税约在18%,所以相比去年的税率同比增长较大,故请问具体的变化情况?**

A:解释一下,10%税并非指征10%,应该为征15%,退5%。即先预缴15%的税,等到完成申报的时间节点后,再将多征的税退回。所以这18%的所得税,其中有一部分到2020年

会退回。另外的原因是子公司的税率不像上市公司海康威视享受 10% 的优惠税率，故此部分可能超出，比如说：15% 或 25% 都有可能。所以两者结合，暂时看到的税率会比较高。

**Q: 请问海外市场今年的预期，因为从去年下半年开始，整个海外市场的增速在下降，下半年大概能维持一个什么水平？请问海外市场是否也有像国内市场一样的商机管理系统，可以看到各区域的情况？**

A: 海外主要是分销方式进行销售，我们努力在项目市场进行推进。今年上半年的海外形势，我们在很多国家原有的推进计划受到了非市场因素的干扰，所以进展都不大，从而导致新的市场开拓受到压力。

整体而言，单纯用分销模式开拓市场并快速发展已越来越难。同时，我们不断在开拓新的市场，发展中国的经济发展和城市建设不如发达国家那么成熟，但他们对治安的要求在快速提升。有一些有利的因素也有很多不利的因素，很难就海外的情况做收入增长的预期。我们 150 多个国家均有销售，有乐观也有不乐观，各种变化都落地后最终才能看到上半年海外的收入增长。目前的确无法给出下半年海外的预测数据。总而言之，公司会努力争取全年 20% 的收入增长，谢谢。

**Q: 关于存货，看到原材料增长 90% 左右，此外库存商品也增长了 30% 多，这相对于之前几个季度的增长也很多，可以理解为是为渠道铺货做准备吗？**

A: 从去年下半年到现在，尤其 5 月份，美国出口管制实体清单制裁的声音一直不断。所以原材料备货的问题是比较稳妥的举措。制裁今天没有，也许明天突然来了，到时候我们要保证生产持续稳定。虽然有替代的供应商，但是从一个供应商切换到另外一个，需要时间。新供应商要组织生产，同样需要时间。备货能提高企业经营的弹性，过去我们把控制存货、控制原材料的资金占用作为一个优先级比较高的事情看待，但是从华为、中兴受到制裁的经历看，一定量的原材料备货是现在中国高科技企业保证供应链安全的一个相对稳妥的手段，也是企业经营的自然选择，没有其他更好的办法。

未来看，即使有一天制裁的声音缓和，可能也还有别的不确定性需要衡量。比如前几年日本的大地震，造成日本物料供应紧缺的局面，虽然后来问题能解决，但中间还是有一个时间差。

关于库存商品，下半年我们对自己的经营还是乐观的判断，全年要做 20% 销售增长的话，下半年还有很大的出货量。谢谢。

**Q:** 我们政府部分的客户中，公安算是一个很大的细分了，据我所知公安部门在四五月份定了一个全年的预算，现在应该开始进行了 2019 年的招标。从目前的来看，今年新增的需求情况如何？另外从大的事件驱动来看，在 2018 年确实有上海进博会这样的事件驱动，今年和 2018 年会有什么变化？

**A:** 我手上没有这么具体的数据，不过公安需求从二季度来看，比一季度确实是向好的。

关于驱动事件，其实每年都有，比如今年是国庆 70 周年，前两年有杭州 G20，上海进博会，每年都会有一些大型活动，单个活动的安保投入是比较多的，但如果把它放到更长的维度来看，这种事件的驱动就会被平衡掉。单个事件不足以改变公司的业绩好坏，现在海康的体量大了，什么样的事件放在我们的体量下影响都有限。所以总体来看只能说需求端好的因素多一些还是差的因素多一些，如果好的因素多一点，那么业绩的压力就不大了，甚至有时候还能做的更好一些。谢谢。

**Q:** 想请教一下关于华为竞争方面的问题，了解到在广东这样的地区我们和华为会有面对面的竞争，想问一下现在的情况大概什么样？

**A:** 这两年我们广东业务中心的业绩是不错的，在公司内部的业绩排名也比较靠前。政府类的项目有招标法的约束，政府采购方面的规则还是比较公平和明确的，大家都有公平参与的机会。华为能做生意的地方我们也能做，反过来在浙江也不见得只有我们浙江企业在做生意，华为也在做，所以政府的采购还是有公平性的，给大家参与的机会，做得怎么样就要看自己了。

和华为有竞争，但我们还是觉得华为是一家优秀的公司，在中国的科技企业里面，如果谈学习目标的话，我们还是要学习华为。华为在集团作战、规模效应方面都做得很好，我们要努力学习别人的优点，也包括学习行业里其他友商的优秀做法，不管是业务、技术还是公司管理，我们都会保持开放的态度。谢谢。

**Q:** 黄总您好，我看第二季度的毛利率提升到了 47.4%，确实非常高，同时每条产品线的毛利都在提升，分地区看，国内和海外的毛利率也都在提升，那么这样全线提升的主要原因是来自哪里呢？您刚才说了三个原因，比如降本增效能不能具体分析一下，是怎样来做的，也想请您判断一下，在三季度我们的毛利率是会怎么走，维持，还是上升或下降？

A: 谢谢, 这个问题没有特别量化的答案, 国内全产品线的毛利提升, 还是和增值税率的下降有关。增值税税率降低了, 我们销售价格没怎么下降, 毛利高了, 同时增值税退税部分也会减少, 这部分归到其他收益并计入到营业利润, 所以毛利率提升和税返的下降是一个平衡, 对营业利润影响有限。

海外的毛利率部分, 受到产品收入结构的影响, 之前几期超低端产品增长快, 毛利率会向下走, 现在毛利率有些提升, 是我们在一些产品的成本控制做的更好了, 同时汇率因素也有正向的影响。

毛利率的变化可能每个季度都会有些上上下下的波动, 大家不用太执着。比如在其他产品中是包含硬盘这样低毛利产品的, 如果市场需求变化, 我们的硬盘销售多一些, 那也会让整体毛利往下走一些, 所以不用特别在意。

**Q: 关于增速的问题, 公司全年计划增长 20%的话, 海外目前还是不明朗, 那就意味着国内的增速要更好, 那么国内主要增长的驱动力能不能更具体一些, 比如说今年下半年增长是不是会维持到明年, 各个 BG 的占比和增速分别是怎样的, 可以分享一下吗?**

A: 其实今天关于这个问题有大量的讨论了, 下半年我们自己内部也定了经营的目标, 包括费用、人员的开支, 如果没有一定收入规模来做支撑的话, 公司的费用率和经营的健康程度就不够好, 所以增速还是要有的。我们内部对于增速是关注的, 市场对增速的数字抠得很细, 我们可以理解大家在这样的环境下的要求, 公司是全力以赴去做。

从几个大的业务模块来说国内海外大概 7:3 的比例, PBG/EBG/SMBG 任何一块收入不达预期, 都会造成增速的缺口。就像打仗一样, 业务线没有守牢自己的阵地, 就会造成整个战役的被动。所以在增长上, 公司上下还是齐心协力, 如果有些不可抗力的因素出现, 业务部门之间需要全力的顶上去, 把缺口尽量补一补。

现在我们看宏观的情况, 确实很难说是单边走向, 比如贸易战, 反反复复的变化太频繁了, 上半年就是一会谈成一会谈不成, 大家的心里也起起伏伏的。除了中美关系, 国内包括对待房地产的政策, 环保的要求, 财政方面的调整, 这些大的因素对产业来讲都比较难做具体预期, 现在政策的短期化倾向越来越明显了, 导致企业可能有时候都不是很适应。这就是我们的现状, 所以明年的情况只能今年年底或者明年看, 太远的期望我们不太说的上来。从内心期望来讲, 还是希望有一个好的收入增长, 达到长期的增长目标。谢谢。

|      |   |
|------|---|
|      | <p><b>Q: 关于收入拆分里, 其他产品这块的增速是比较快的, 将近 40%, 收入也不小, 能不能有些更具体的数字, 包括公司的一些策略?</b></p> <p>A: 其他产品包含的东西比较多, 我们把一些非视频监控的产品, 比如门禁报警, 还有外采的比如硬盘, 都放在其他产品里。对于业务的分类, 这是从之前的报表结构继承过来的, 未来我们也会做一些业务拆分的调整。</p> <p>从报警门禁产品来看, 我们三年前收购过英国的一家报警公司, 扩展了产品线。门禁对讲在国内也可能是一个不错的产业, 现在门禁用上人脸识别的技术以后, 很多应用的需求就可以衍生出来。关于硬盘, 这个比较简单, 就是给项目做配套的。如果客户需要我们就多卖一些, 如果客户不需要, 我们不卖也没关系。上半年其他产品这个分类的的毛利掉了一些, 是硬盘销售增速快一点的原因。</p> <p><b>Q: 关于 AI 的落地, PBG 的问题不大, EBG 这里可能还是有些阻力, 我想了解从我们的角度看, AI 用在工业企业部门, 最大的门槛和瓶颈是什么, 是效果不够好, 还是成本不下来, 还是应用的定制方案比较强, 没办法和扩展速度平衡起来呢?</b></p> <p>A: 我目前的了解是 AI 在工业企业的拓展还是在投入阶段, 因为产品应用面比较宽, 在各个领域都要投入足够的人力资源, 是一个渐进的过程。我们的费用控制也是严格的, 所以不是一下子铺开, 实施的是渐进式的投入, 就是有机会, 增加更多投入, 再有更多机会, 再增加投入。对我们来说, 节奏上最好比别人只早半步, 最好势头起来了, 产品也准备好了, 订单也进来了。如果比别人早一步两步, 领先的很多, 在市场上开拓了很久, 费用也花了很多, 但是迟迟不见市场放量, 这种感受是很差的。所以这是一个节奏的问题, 我们控制节奏, 从产品、技术各方面看, 我们对自己还是有信心。谢谢。</p> |
| 附件清单 | 无   |
| 日期   | 2019 年 07 月 20 日  |