

证券代码：002236

证券简称：大华股份

浙江大华技术股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2019-8-19

<p>投资者关系 活动类别</p>	<p> <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>现场参观 <input type="checkbox"/>其他（____） </p>			
<p>参与单位名称 及人员姓名</p>	<p>单位</p>	<p>姓名</p>	<p>单位</p>	<p>姓名</p>
	valuepartners	周哲	太平洋保 险资管	张玮、王喆
	Willing Capital	侯纪宁	泰旻资产	汤明泽
	宝赞投资	杨伟	天虫资本	胡纪相、许嘉诚
	鲍尔太平	张子钊	彤源投资	管华雨
	彬元资本	薛栋民	望正资产	旷斌
	炳申投资	Paddy Huang	新华基金	王浩
	泊通投资	田野	新华资管	马川
	琛晟资产管理	赵宜韬	信诚基金	刘锐
	淳厚基金	王晓明	星石投资	廖新国
	大成基金	李林益、黄万青、 陈星宇	兴全基金	孟灿
	东海基金	杨红	兴证资产 管理	杨亦
	东亚前海 证券资管	杨柳青	旭松资本	张泽政
	观复资产	万定山	寻常投资	杜凡
	冠恒华威	马腾飞	循远资产	刘勇
	光大保德信基金	陈蒙	易方达基 金	武阳
	国华人寿	张伟	易鑫安资 产管理	刘林轩

国泰君安投资部	黄行辉	弈慧投资	王佳鑫
海富通基金	周雪军	益亨投资	丘欣远
海通证券资管	童胜	毅木资产	姜月
合晟资产管理	包丽华	银杏环球 资本	黄炯、张峰
恒复投资	陈祎	盈峰资本	张珣
弘尚资产	赵杰	盈象资产	刘体劲
泓澄投资	冯浚瑒	永赢基金	张海啸
华安基金	涂围	优益增投 资	范院勤
华泰保兴基金	符昌铨、黄佳丽	禹合资产	吴佩伦
华泰证券投资部	李彦	长金投资	陈东林
华夏未来资本管理	褚天	正方资产	焱亚洲
华信证券	何俊峰	中大投资	曲芳
汇丰晋信基金	朱剑胜	中民瑞德 投资	兰昆
混沌投资	肖滨	中泰证券 资管	杜厚良、谢梦妍
见龙资产	郜全亮	中信资管	何信
交银施罗德	白家乐	中银国际 证券	吴文钊、王达婷
金元顺安基金	何伟	中邮基金	杨欢
景林资产	蒋彤、徐伟	个人	陈汪杰
凯盛融英	彭柏文	UBS	俞佳
宽远资产	陆忆天	安信证券	吕伟
理成资管	王优草	光大证券	刘凯
量旗投资管理	孙玮隶、吴将索	广发证券	王昭光
南华基金	蔡峰	国盛证券	陈永亮
锐意资本	龙江伟	国元证券	陈图南、耿军军
瑞信方正证券	沈宇峰	海通证券	杨林
善渊投资	孙一如、唐聪	华金证券	蔡景彦

	韶夏资本	潘旭虹	汇丰银行	李晨
	申万菱信基金	张朋	台湾富邦证券	夏瀛韬
	中金公司	杨俊杰	万联证券资管	黄超
	中信证券	胡叶倩雯	兴业证券	熊彬正、姚康、孙乾
	中泰证券	杨亚宇		
时 间	2019 年 8 月 19 日			
地 点	公司会议室			
上市公司接待人员姓名	傅利泉、吴坚、张兴明、吴绍东、殷俊、楼琮宇、凌琳、李思睿			
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、 公司上半年经营情况分析</p> <p>2019 年上半年，在较为复杂的国内外环境下，公司始终坚持以技术创新为核心，持续提升以视频为核心的智慧物联解决方案能力，积极把握市场和行业的发展趋势，推动公司业绩稳步增长。报告期内，公司实现营业收入 108.07 亿元，同比增长 10.11%；实现归属于上市公司股东的净利润 12.39 亿元，同比增长 14.51%；公司 2019 年上半年毛利率为 40.38%，比上年同期提升 3.86%，公司通过业务场景中 AI 等价值产品的加载，实现了产品结构的优化，通过供应链能力优化实现产品降本，同时海外渠道管理体系不断完善，多种因素叠加共同推动毛利率的提升。</p> <p>国内业务方面，2019 年上半年实现营业收入 70.88 亿元，同比增长 11.18%，国内毛利率 37.47%，同比提升 1.02%。公司在解决方案能力构建方面，建设“全生命周期、全业务管道“解决方案开发体系，实行“一城一策”方案推广策略，快速响应市场需求，上半年完成了“高空抛物”、积极推进“垃圾分类”等惠及民生的新方案；在渠道领域，聚焦价值客户，明确工程商的管理规范，AI 产品同比销售额大幅增长。</p> <p>海外业务方面，上半年实现营业收入 37.19 亿元，同比增长 8.14%，由于国际经贸环境的变化以及强势美元下的新兴市场汇率波动影响，海外业务的增长有所放缓，公司业务覆盖了海外近 170 个国家和地区，各区域各国的情况有所差异，有的国家保持了较高的销售收入增速，如中东北非等地区；也有国家收入出现负增长，如北美地区。上半年海外毛利率 45.92%，同比提</p>			

升 9.26%，毛利率明显改善。公司拓展海外市场的决心没有改变，将继续通过培育国际化的营销管理团队、建设本地化的营销和服务中心，逐步提升海外本地化运营的业务能力。

为应对国际经贸环境的不确定性风险，公司在二季度加大了部分物料的备货，上半年原材料增长较多。同时，公司通过集成计划、集成交付能力提升，提高供应链交付效率及项目交付效率，整体存货周转率有所提升。

费用方面，上半年期间费用同比增长 31.20%，上半年公司持续投入研发，研发费用率 11.5%，比往年有所提升，公司将在人工智能、云计算和大数据、芯片、机器视觉和机器人等技术领域持续加强研发投入，同时加强软件架构能力建设，建立从软件开发、销售到交付的全流程运作能力。与此同时，在经营管理方面降低油耗，优化结构，提高效率，希望将费用率控制在合理水平。

现金流方面，二季度单季经营现金流净额 8.53 亿元，较 2018 年同期有较大改善。上半年公司持续推进 LTC 业务流程变革，加大应收款管理力度，回款质量有所提高，实现销售回款 108.26 亿，较上年同期增加 16.32 亿，现金流的整体改善是公司精细化管理成效的体现。

最后，基于目前我们对宏观环境和行业形势的判断，下半年公司将保持稳健的经营策略，预计归属于母公司所有者的净利润比上年同期增长区间 10%-25%。

二、 互动交流

1、公司是否有信心完成今年股权激励的营收目标？如果要完成，意味着下半年营收同比增速需要达到 30%以上，公司达成此业绩目标的信心来自哪里？上半年公司毛利率提升比较快，下半年是否可以维持这个趋势？

答：股权激励的目标公司会努力去完成，国内业务基于四大业务板块的调整，在 G/B/SMB/C 端都有一些良好的业务储备，在 G 端，例如高速 ETC 这样的市场机会点将在下半年带来订单产出；在 B 端，例如工行等大型集采项目的入围，将直接带来工行全国网点的相关订单；在 SMB 端，上半年持续渠道下沉及人员加载，下半年相关成效将会得到一定的体现；在 C 端，下半年会集中发布具有竞争力的产品，提升消费者的购买欲。

费用率和毛利率是今年公司重点关注的指标，会继续不断将场景化的解决方案导入业务中，优化营收结构，同时加强精细化管理，优化费用率，在此基础上高质量地达成营收增速目标。

2、公司近两年一直在做内部管理变革和业务板块的调整，这些成效何时能在财报中匹配体现？

答：公司管理变革一直在进行，市场、研发、供应链、交付、财经、合规等各个部门的战略都更加清晰，今年上半年财报中已经有部分成效体现，毛利率明显改善，尤其是海外提升了 9.26%，费用的管控也看到初步成效；上半年经营现金流有一定的改善，公司今年非常重视现金流，成立了应收账款专项小组，部分风险较大的项目战略性选择了放弃，预计经营现金流全年会有改善。

3、上半年公司国内业务中 G 端和 B 端业务的增速分别如何？政府今年财政压力比较大，是否会对公司 G 端业务造成影响？B 端的业务推进情况如何？哪些领域进展较快？

答：G 端业务目前是国内重要业务，这么多年市场和技术的积累已经让我们有能力做好更多的 G 端场景化应用，但由于近两年宏观经济增速放缓，同时也面临部分政府人员的调整，项目进展比之前预期的要慢一些。政府对于公共安全的投入还是在持续增加的，我们必须不断提升管理能力和创新能力来做好 ToG 的业务支撑。公司在过去的半年中，对近 3000 家中国各行各业头部企业做了深入的业务痛点、管理痛点沟通，很大程度上完善了我们的 B 端整体解决方案能力，可以真正帮助企业实现降本增效。从目前的业务推进情况来看，公司在制造企业、地产、物流领域进步很大。从目前的市场需求看，我们认为未来 5 年企业端市场大有潜力可控。

4、公司消费级业务乐橙的发展情况？公司认为消费级业务未来成长主要的对手是传统的安防厂商，还是一些互联网厂商？

答：大华的消费级业务以智慧安防为核心，去年 10 月完成了品牌升级，重新理清了业务方向，确定了从单产品到基于家庭/商铺场景的轻方案再到云端 SaaS 应用的发展方向。当前，我们处于完善产品，重构渠道的第一阶

段，智慧家居的市场足够大，随着产品+渠道的不断完善，在市场中的竞争力会大大加强。

公司消费级品牌乐橙今年上半年销售数量明显提升，注册用户数同比增长 80%。目前消费者业务仍属于持续加大投入阶段，整体而言占公司营业收入的比重还比较小。未来，我们认为消费级业务主要的竞争对手还是传统安防公司，消费者不仅需要摄像头，还有门禁、消防等，安消一体化是行业发展趋势，乐橙在奋力追赶，下半年也会集中发布具有竞争力的产品，促进销售增长。

5、公司在 AI 领域的产品系列和方向？目前智能相关产品占比？对未来市场演变和行业空间的判断？

答：未来公司将会把人工智能和软件平台当成两大战略方向，在 AI 领域持续加大投入，已建成完善的从算法到智能产品到智能业务的应用落地，尤其是算法到智能产品的加载，可以实现跨平台，全系列产品的快速部署。当前视频数据占到数据总量的 80%以上，对视频数据还可以进行深入挖掘，人工智能需要大数据相结合，面向客户需求的智能解决方案才能创造真正的价值。大华有很多成功的案例，如平安城市，智慧金融，智能交通，新零售等，正是利用智能解决方案的应用，切实帮助客户提升管理效率和质量，比如公司在中国银行的 5G 无人银行建设案例中，里面的相机全部智能化，所有交易都是自动完成的，柜台人员将主要面向大客户营销方面，相信未来很多银行网点基础业务都将通过智能相机完成。随着智能应用持续落地以及客户价值的体现，AI 算法、设备集群的加载将根据不同的行业有序展开，智能解决方案将加速普及。

6、未来面对 To B 的发展，比如摄像头代替人，千企千种方案，这块研发方面有什么准备，使得大规模推广更容易实现？

答：在 To B 市场，我们在各行各业已有基线版本，现在研发软件投入最大的方向是在软件架构方面，未来项目投入人员可以依托统一架构而减少，另外一个大的投入就在个性化的解决方案上，我们软件定制人员会按照大区配备，所以相比千篇一律的规模化，能够快速满足客户的定制化需求也是我们的竞争优势之一。在持续做厚基础能力的同时，我们更加关注如何缩

	<p>短定制开发时间，提升定制化交付能力，比如从一个月到 15 天再到一周，这是研发实实在在已经在做的动作和成效。</p> <p>7、随着公安部数据流的标准化、统一化，是否有利于华为、BAT 等大型企业？竞争是否加剧？公司在战略合作方面接下来的布局？</p> <p>答：公安市场比较大，吸引了一些巨头的参与，但是这个领域依然是一个碎片化的市场。从目前市场分析，不同客户的业务管理诉求存在不同，以公安解决方案为例，不同地区的管理要求也不相同，都要通过定制化开发来满足。大华做厚客户界面，就是要通过个性化服务来解决客户的实际需求，并通过差异化的解决方案，在客户的实战中体现价值，通过服务来提高客户界面的粘性。所以，企业之间是竞争还是合作，主要取决于自身能力和在客户界面的基础。</p> <p>华为、BAT 等大型企业入局，凭借其以往的技术优势和用户基础确实加大了整个行业的竞争，对传统安防产业的玩家带来了一定竞争。但是，我们同时也看到，这些企业还为安防产业带来了新的技术、新的模式，也在与传统安防企业一起，推动着整个产业的变革。我们认为这些竞争总体都是良性的，是对产业有益的，使整个产业继续保持旺盛的生命力。更能通过碰撞，促进行业进行技术融合与升级，并从业务、用户、商业模式等方面发展新思路，创造商业新价值。在视频物联的应用十分广泛，市场空间够大，大家都是开放的态度在合作；公司的发展，更多还是取决于自身的能力，是否能切实满足客户需求，为客户创造价值。大华愿意在跨界浪潮中不断向同行学习，实现自我进化。同时，练好内功，持续深耕行业，发挥对行业的理解深刻、过硬的产品和服务以及提前布局等先发优势，巩固自身的核心竞争力。面向未来，大华一直抱着开放、合作的心态，与各行各业的应用厂家通力合作，持续丰富合作生态，为客户创造价值，与合作伙伴共生互赢。</p>
附件清单	无
日期	2019 年 8 月 19 日