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：2019-9-23

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	Massachusetts Pension	Michael G. Trotsky、Eric R. Nierenberg
	CICC	杨俊杰
	宝盈基金	赵国进
	永安国富	胡瑶、叶斌
	宽远资产	陆亿天
	弘尚资产	于龙、许东
	于翼资产	刘生
	富国基金	厉叶淼
	平安资管	孙殷祺
	国泰基金	于腾达
	建信保险资管	韩笑
	景林资产	徐伟
	First Beijing	王昭伦
	AROHI AM	Vivien Cao
	Wellington Management	Yang Liu
	Brilliance	Shi Lin
	Yuanhao Capital	柴逸飞
	Investec China	Jay Wang
	APS	王兴林
	混沌投资	肖滨
	Kenrich	Jacob
	China Re AM	Dai Zuxiang
	京明禾投资	JiFelicia
	韩国 ABL	权德文
	东海资管	杨莹
	海螺投资	刘建义
	沁源投资	傅明、吴鼎文
	混沌道然	李铮
	善渊投资	唐聪
	永安国富	徐笑然

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

	上海斯诺波投资管理 上海大正投资 Aberdeen Platinum Walter Scott & Partners Limited 挪威银行 淡马锡 KeyBanc Capital Markets IGWT Investment 野村投信 Nomura Funds 兆豐投信 Mega International AM 大展證券自營部 遠雄人壽 Farglory Insurance 中國信託投信 Hermes Investment Management	周文超 刘萌 Joanne Irvine、Xinyao Ng Nicholas Tan、Alan Zhang Maxim Skorniakov、Ashley-Jane Kitchen Wilhelm Mohn、Dyveke Rogan 曹玉婷、Elaine Xu Michael Lin 廖克銘 劉尹璿、柯淑華 葉貴榕 林文健 连玲玉 陳彥羽 Christine Chow
时间	2019 年 9 月 10 日-2019 年 9 月 23 日	
地点	公司总部会议室（包括电话会议）	
上市公司接待人员姓名	高级副总经理、董事会秘书 黄方红女士，投资者关系总监 蔡清源 投资者关系经理 曹静文	
投资者关系活动主要内容介绍	**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: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	

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

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: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

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

	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： 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。
附件清单	无
日期	2019年9月23日

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn