

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：2020-5-12

<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 checked="" type="checkbox"/>现场参观            <input checked="" type="checkbox"/>其他（投资者接待日）</p>			
<p>参与单位名称 及人员姓名</p>	<p>锦泰期货</p>	<p>陆辉</p>	<p>中联投资</p>	<p>田泽钰</p>
	<p>川财证券</p>	<p>方科</p>	<p>与君投资</p>	<p>刘锐</p>
	<p>上海凯梵投资</p>	<p>顾远</p>	<p>若汐投资</p>	<p>陈荣盛</p>
	<p>财通证券</p>	<p>杨冰</p>	<p>杭州众钰投资</p>	<p>吴远</p>
	<p>上海见龙资产</p>	<p>郜全亮</p>	<p>玖龙资产</p>	<p>陈柯杰、王少华</p>
	<p>追云资产</p>	<p>夏宇洲</p>	<p>明悦资产</p>	<p>王菊明、洪瀚涛</p>
	<p>广龙投资</p>	<p>庞启道</p>	<p>个人投资者</p>	<p>王焕明、罗祎辰</p>
<p>时 间</p>	<p>2020 年 5 月 12 日</p>			
<p>地 点</p>	<p>公司总部</p>			
<p>上市公司接待 人员姓名</p>	<p>吴坚、楼琮宇、凌琳、李思睿</p>			
<p>投资者关系活 动主要内容介 绍</p>	<p><b>一、公司介绍（展厅参观环节）</b></p> <p>公司是全球领先的以视频为核心的智慧物联解决方案提供商和运营服务商，以技术创新为基础，提供端到端的视频监控解决方案、系统及服务，为城市运营、企业管理、个人消费者生活创造价值。</p> <p>公司及主要子公司现拥有 13000 多名员工，研发人员占比超 50%，自 2002 年推出业内首台自主研发 8 路嵌入式 DVR 以来，一直持续加大研发投入和不断致力于技术创新，每年以 10% 左右的销售收入投入研发，2019 年研发持续保持高投入 27.94 亿元，同比增长 22.35%，占营收比例 10.68%。基于视频业务，公司持续探索新兴业务，延展了机器视觉、视频会议系统、专业无人机、智慧消防及机器人等新兴视频物联业务。</p>			

公司的营销和服务网络覆盖全球，在国内 32 个省市设立 200 多个办事处，在亚太、北美、欧洲、非洲等地建立 53 个境外分支机构，为客户提供快速、优质服务。产品覆盖全球近 180 个国家和地区，广泛应用于公安、交管、消防、金融、零售、能源等行业领域。

公司作为国家高新技术企业，拥有国家级博士后科研工作站、是国家认定企业技术中心、国家创新型试点企业，现拥有 4 项国家火炬计划项目、5 项国家高技术产业化重大专项、2 项国家核高基项目。公司申请专利超 2800 项，其中申请国际专利 150 多项，2008-2019 年连续 12 年被列入国家软件企业百强；连续 13 年荣获中国安防十大品牌；连续 13 年入选《a&s》“全球安防 50 强”，2019 年排名全球第二位；在 IHS2019 发布的报告中全球 CCTV&视频监控市场占有率排名第二位，是中国智慧城市建设推荐品牌 5 和中国安防最具影响力的品牌之一。

公司围绕客户需求与痛点，基于“大华 HOC 城市之心”架构，以“全感知、全智能、全计算、全生态”为能力支撑，以客户需求为导向，持续创造业务价值。

面向 To G（Government，政府）和城市级市场，公司构建城市智能决策中枢和城市运营管理中心，提供政府公共服务、经济调节、市场监管、社会治理、生态环境保护五大领域城市级业务应用，搭建城市智慧孪生的业务场景，助力城市实现善政、兴业、惠民。

面向 To B（Business，企业）市场，大华深入智慧金融、智慧园区、智慧社区、智慧制造、智慧物流、智慧零售、智慧能源、智慧教育、智慧医院、智慧文旅等众多领域，从安防可视化到业务运作、经营管理，持续洞察客户需求，丰富和细化场景化解决方案，引领行业创新。

面向 To SMB（Small-Medium Business，中小企业）市场，依托公司技术底蕴、资源整合能力，携手渠道合作伙伴，发布了周界、出入口、园区、停车场、安检、安消、工地、零售、物流、透明厨房等一系列一站式智能化微方案，并加载到渠道市场，为行业及用户发展和成长赋能。

面向 ToC (Consumer, 消费者) 市场, 继续完善以智能硬件、智能技术、智能云“三位一体”的业务生态, 为消费者提供更加智能、便捷、安全的智慧物联服务, 携手合作伙伴开拓更多场景化应用服务, 共建智慧物联网生态。

## 二、互动交流环节

### 1. 请问疫情对二季度业务的影响如何? 国内和海外业务哪个受到影响更大一些? 红外测温产品是否可以对冲传统业务受到的疫情的影响?

对于二季度的展望, 我们在一季报的电话会中也跟大家汇报过, 目前还是维持当时的观点。公司的渠道业务, 主要是 SMB 和 C 端, 跟宏观的经济关联度是比较高的, 短期受影响可能会比较大; 政府端因为很多项目预算还没下达, 一些项目会有一些延期, 新老基建的投资反映到我们行业会有一两个季度的滞后, 但最后行业还是会受益。企业端业务受疫情的影响, 短期看也会有不同程度的放缓, 一些头部企业很可能会逆境中反过来追加投资, 这个都说不准, 所以说二季度不是非常能看得清楚, 但是对行业的长期发展我们还是很有信心, 我们不会太关心半年度或者一年会怎么样, 我们会看的更加长远一些。

### 2. 公司一季度营收有所下滑, 但毛利率提升较多, 净利润微增, 主要原因是什么? 这样的高毛利率是否可以维持?

一季度公司实现营收 35.02 亿元, 同比下降 19.47%, 实现归母净利润 3.18 亿元, 同比增长 0.50%; 实现销售毛利率 49.23%, 较去年全年有所提升, 主要是由于产品结构变化带来的。

在疫情初期, 公司研发、供应链以及后台支撑部门就快速响应, 第一时间推出高精度热成像系列产品, 在 30°C~45°C 范围内测温精度可达 ±0.3°C, 技术是业界领先的。同时, 供应链体系对核心元器件从一开始的快速储备到后面的自研自产成功, 为 Q1 业绩做出了一定的贡献, 比如核心的部件黑体, 公司基本实现自研自产, 成本大幅降低。

尽管热成像产品对 Q1、Q2 是带来了一定的贡献, 但是毕竟还是比较小众的产品, 相对于公司目前的营收体量, 从全年的维度来看真正能为公司贡献的业绩可能也不是很大, 更多的是体现公司作为研发平台型公司的快速响应

能力，包括去年交通ETC领域公司也做的比较好。相信在未来，具备平台型研发能力的公司，才能在快速变化或者较为动荡的环境中，把握市场机会，能够真正为社会做出一些科技上的进步和贡献，这才是最关键的。

**3. 公司今年在人员招聘、研发投入、销售费用等各方面会有变化吗？是否还会持续投入研发？**

今年公司不会裁员，在费用控制上面会加强一些本地运作，提升一些线上的运营和交付能力，整体会做一些弹性预算管理，加强投入精准度和有效性，减少不必要的损耗，不断优化我们的费用结构，包括投入一些重点的领域。

核心技术这块，尤其是人工智能、云计算、大数据、5G等面向未来的一些核心技术，我们还是会持续投入，我们年报里面这块比例都是在提高的。还有软件架构能力建设，包括建立从软件开发，销售到交付全流程运作能力，这些也都会保持一贯的强度投入。

在大的固定资产投资上面，包括一些以前公告的西安、成都包括总部、富阳这些基地的建设，我们可能会根据项目的进度适当放缓，但整个项目大周期还是保持不变。

**4. 看到公司近期管理层有一些变动，包括总裁和其他几位高管离职，公司后续的发展是否有新的战略规划和目标？是否会有一些方向上的变化？**

过去公司在有效增长和高质量发展方面做出了积极努力，2019年毛利、现金流改善明显，充分展示了我们对有效增长和高质量发展的重点关注。同时，在过去两三年，公司对未来发展做了深入的研讨，达成了广泛的共识。对市场、研发、供应链、交付、财经、合规等各个部门都有了明确的战略规划，未来更多是看如何进一步落地，公司将持续推进精细化管理，坚持走高质量、稳增长的发展道路，在全球经济下行、贸易摩擦频繁的大背景下，最大程度发挥主观能动性，从宏观环境中深入洞察业务机会，提前规避或降低外部风险，以获得有效增长。

关于管理层的变化，李柯先生离职主要是因为个人原因，其他离任的几位高管近两年基本没在公司主要决策团队中，我们也是想借这个机会梳理清楚，

这跟公司今年提的压实责任，事事落实到人的管理原则是相一致的。包括大家可以看到公司新任的财务总监的履历，她原本就担任公司财务中心总经理这个职位，实际上跟过去没有太大变化。

**5. 在今年的大环境下，内部变革是否仍将继续？能否谈谈具体的措施和希望达成的目标？**

今年外部环境面临比较大的不确定性，但是公司坚持高质量、稳健发展的方向不会变，会持续推进各项既定战略，强化变革落地执行效果。未来，公司将依托以视频为核心的物联网系统架构，面向行业创新应用，加速向平台型、生态型公司升级，推动商业模式从产品组合为主的销售模式向产品+解决方案+运营服务模式转变，这个转型是观念的转型，是能力的转型，也是组织机制的转型，包括我们的销售能力，解决方案构建能力，快速响应交付能力，供应链精细化运作能力等。主要有以下几个方面：

1) 持续做厚客户界面，聚焦战略机会点管理，提升体系化的营销能力。加强对行业与客户洞察的深度与广度，聚焦价值客户，强化局部营销战役的组织与策划能力，包括标杆案例的建设与复制；海外市场面向分销存量客户提升精细化管理能力，加强价值客户、价值场景梳理，推进面向行业和集成商的业务布局。

2) 构建软件市场组织，加快对客户定制化需求的响应速度。加强软件研发能力下沉，成立省区软件能力中心，强化省区赋能，梳理市场格局，落实软件模块化销售，打造战略样板点，加快面向各细分行业的软件合作生态建设。

3) 持续优化业务流程，与 IT 强结合，提升效率。完善各级项目管理制度与流程，强化重大项目运作规范，通过优化合同评价指标库和标准化 KCP（关键节点）提升合同质量管理，通过管理工具的建设，实现全流程系统化管理，重点围绕 IPD 和 LTC 两大流程展开各项工作，提升响应效率。

4) 持续提升供应链精细化运营能力，深化全球供应中心布局。通过提升预测准确率、加快集团周转率、控制超长期库存，进而提升集成计划能力；通过建设柔性工厂、海外供应中心和缩短平均配发货周期，提升柔性供应能力；提升品质预控能力，降低关键件不良率；提升端到端库存管理和转化能

	<p>力。</p> <p>5) 不断强化财经体系对经营分析和业务运作的支撑能力提升财务和业务的耦合度，打造从记录业务到绩效评价的全流程闭环财经体系，最终形成全面预算预测体系。</p> <p>需要强调的是，我们已经对市场、研发、供应链、交付、财经、合规等各个部门都有了明确的战略规划，目前关键是如何落地，把战略目标变成战略结果，今年将通过经营分析会，把影响数据达成的战略项作为过程考核，杜绝管理盲点，事事压实到人，切实形成管理闭环。</p>
附件清单	无
日期	2020年5月12日