

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：2022-03-11

投资者关系 活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 路演活动	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 其他（_____）	<input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 新闻发布会
参与单位名称及人员姓名	安信证券 富国基金 华安基金 三井住友资管 中信证券 淡水泉 汇添富基金 宽远资产 德邦证券 平安养老 富达基金	程宇婷、马良、侯海霞 方竹静、张啸伟、于洋、孟浩之、许炎 杨明 孙伟、杨履韬、陈茵 kitty、Echo 夏胤磊 裘潇磊、陈晓生 劳杰男、张朋、郑乐凯、郑慧莲、杨义灿、杨璠、詹杰、卞正、吴江宏、刘伟林、陈潇扬、温宇峰、夏正安、王天宜、钱诚 陆忆天 赵伟博 陈徐姗、蓝逸翔 董如枫	
时间	2022年2月21日—2022年3月11日		
地点	远程视频、电话会议以及现场会议		

<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>高级副总经理、董事会秘书 黄方红 投资者关系总监 蔡清源 投资者关系经理 曹静文</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>Q: 当前的经济总体形势比较严峻，政府可以征收和调配的财政力量比之前弱，企业投资的信心似乎不足，服务型的中小企业日子好像更紧。公司怎样看待这些经济的状态，是否还能维持一个合理的增长？</p> <p>A: 我们首先要说，海康威视今天的业务板块有五个大的部分，包括国内的三个 BG，海外主业，以及 8 个创新业务的大集体。刚才您讲到的国内经济压力我们感受得到，但首先从公司的维度看，海外业务的稳健增长、创新业务的较快增长，这个预期应该是稳定的，所以首先公司的基础增速可以保证。</p> <p>聚焦到国内经济环境上，我们身在经济体之中，感受得到今天经济的压力，但这些压力和过去 5 年、过去 20 年之中遭遇过的挑战相比也并不很特别。今天影响经济的外部因素比较多，而我们也看到各个层级的主体都有可以调整改善，从而有所施展的空间。</p> <p>比如在政府维度，中央对地方的转移支付力度增大，专项债等形式的政府性基金提早拨付，都在尽力维持合理的政府开支力度，而从中长期视角看，政府的深化改革中重要的一点就是简政放权，推动社会治理的数字化、流程化，而相信我们的智能物联能力将在其中发挥关键作用。在企业部分，对企业的数字化转型，我们依然坚信这是一个十年维度的大机遇。同时从营商环境看，无论是对政府推行的减税降费，对中小微企业的租费减免，还是金融市场的专项融资支持，都在帮助市场主体面对现在的压力可以有条件缓一缓，逐步恢复经营活力。这些企业类的客户和我们一样，都是在商业竞争中拼搏的公司，其实无论在什么时代、什么环境中，都一样面临当时的挑战，也同样能找到相应的机遇。我们还是相信中国这个大经济体的调整能力，希望我们自己能努力做到不错的增长。</p> <p>Q: 历史上技术型行业很多都有非线性的增长过程，当它的成本下降到一定阶段，会在需求端有拐点效应，但是我们好像在 AI 这个行业没有呈现出期待中的爆发增长，我们预期业务的节奏会怎样，会有迎来爆发的机会吗？</p> <p>A: 我们理解的 AI 技术，是一个通用型的底层技术，它的应用形式跟着场景走，这种技术的增长更像是深水静流，兑现时间长，可以把业务持续做下去。过去几年在公司业务中，AI 技术的渗透还是呈现出了非常快速的增长，现在也看到很多项目里面，我们的客户会提出</p>

设备要 100% AI 化。从 AI 技术在产品中的渗透速度来看，已经是高速的增长了。

我们也看到人工智能的把市场的新需求激发出来，比较明显的一点，原来的很多需求是呈点状的，现在人工智能的整个方案中需要人工智能的部分是面状的，而且有很多项目要求整个系统都是具有智能化的能力，这样的趋势是在出现。而公司也是在提供全系统的 AI 能力方面，竞争力最强的玩家之一。

Q: 公司的工程化落地能力、行业、区域、销服体系等等资源布局的形式和碎片化市场比较吻合，这些应该是我们企业端数字化转型业务发展很大的优势，想请问公司如何理解自己在 EBG 市场的核心竞争力？

A: 近年来我们在技术上构建了一些系统化的能力，我们的 AI 开放平台、统一软件架构，这都能帮助我们在碎片化场景中快速落地。另一方面，我们对于行业的洞察和理解能力也是帮助我们能够比较好、比较快发现用户价值需求的。同时还要说我们在资源布局方面，有全国广泛布局的营销服务体系，我们的服务渠道无论对于我们政府信息化、数字化业务落地，还是对于我们 EBG 的业务都有很大帮助。

我们的业务是碎片化，也是场景化的，我们都在围绕着业务的小闭环在提供价值，比如设备资产管理的闭环、比如巡查巡检的闭环，比如教育行业三个课堂的闭环。我们把业务在小闭环里串起来，然后通过业务的闭环和管理的闭环给用户创造价值。这对于从业者来说是一个挑战，需要的是能有深入的理解，也能够具备帮助用户转型的能力。

Q: 我们的智能化方案往往是从一个典型场景的标杆客户开始做应用，然后逐步推广给更多类似客户。对哪些行业我们可能已经形成了一些标准化或者规模化推广的案例，能不能分享一下？

A: 我们在许多行业都有先锋用户，这些用户更愿意尝鲜，我们配合客户的需求来做组织自己的技术，很多解决方案在刚开始做的时候是个性化方案，一段时间之后，会成为我们的标准化产品。

比如远程巡检的方案，巡检最早是给一些连锁行业定制的方案。现在除了连锁行业外，能源的点位巡查，都应用了远程巡检的理念，方案的表现方式会根据不同行业的不同特点，做很多的细化和版本迭代。第一个产品原型是这样的，通过不断的业务交流，产品也会升级迭代，这个产品可能通用性很强，逐渐变成了一个通用功能；或者是这个产品越来越专业化，

	<p>逐渐变成了某一个细分领域的专业化方案，这两种变化都有。例如，我们明眸的产品是疫情期间为人体测温开发的，现在是标准化的产品；我们人证比对产品，也是标准化的产品，这些产品的发展迭代支撑着今天将近 3 万 SKU 的产品体系，软件端、应用端的迭代也是如此，不断从定制场景中来，走向标准应用去。</p> <p>Q:是未来 5-10 年，公司对人效是怎样看待的，人效是否会不断地提升？</p> <p>A:人效是个比较具体的问题，发展展望的是一个宏观、远期的问题，对于人效来说，它更关系到企业内部运营的状态。一般来说业务状态、业务模式很成熟的企业，人效的水平可能会比较高；或者说我们对外部的渠道辅助以及依赖更多一些的时候，企业的人效会更高一些。像海康当下的状态以及对主营业务的定位，短期来看人效改善有空间，但也没有那么大。</p> <p>从运营的角度来说，我们还是会努力的，比如让内部部门之间的沟通更高效，研发投入的质量更高，生产制造的自动化水平更高，可能也会促成人效的提升。</p> <p>这方面我们是一年一年通过点点滴滴来改善的，很难定一个跨越式的大目标，我们会回到点点滴滴的改善工作上来，谢谢。</p>
附件清单	无
日期	2022 年 3 月 11 日