

# 深圳市康冠科技股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2022-001

投资者关系活动类别	<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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 _____
参与单位名称及人员姓名	中泰证券：王芳、杨旭、张琼 交银基金：于畅、余李平、高扬 中信证券：冯重光、陈宇奇
时间	2022年4月28日14:00-15:00； 16:30-17:30
地点	公司会议室（线上会议）
上市公司接待人员姓名	副总经理兼董事会秘书：孙建华 证券事务主管：黄永贤 证券事务专员：王乾坤
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>问题一、2022年一季度毛利率水平很高的原因？</b></p> <p>答：主要原因是：1、按照经营模式，我们一般是提前接收订单，然后再生产交货。去年第四季度接收订单时的液晶面板价格高于今年一季度，因此当时的销售价格较高，而对应的订单在2022年一季度出货，相应的成本随着液晶面板价格的下降而降低，从而导致2022年第一季度毛利率升高；2、公司2022年一季度智能交互显示产品营收占比增长，而智能交互显示产品的毛利率相较于智能电视更高，导致整体产品毛利率升高；3、智能电视产品中，大尺寸类、智能类产品占比提升，产品结构的优化导致整体毛利率升高。</p> <p><b>问题二、2022年原材料的价格走势？</b></p> <p>答：按不同原材料的类别区分：一是液晶面板，面板的价格从2020年年中开始上涨，2021年年中达到高峰，从2021年第三季度开始下跌，至今终端需求短期来看并不旺盛，因此直到今年6月份，面板价格仍处于下跌通道，但现在的价格已经处于历史低位，基本接近了厂商的现金成本线，所以下跌的空间不会太大。二是IC和五金、注塑类结构件，现在价格都处于高位，将来有可能会下降。</p> <p><b>问题三、2022年的产品需求预判？</b></p>

	<p>答：按照以往的经验，我们的产品需求一般是下半年好于上半年，比例大约是上半年45%，下半年55%，第二季度需求平淡，第三季度开始进入旺季。对于智能交互平板产品，下半年是产品的交付旺季；对于智能电视产品，下半年节假日众多、国内双十一、春节，国外的黑五节、圣诞节，包括今年11月到12月份的卡塔尔世界杯都将是电视产品需求的刺激点。另外一方面，海运费用的持续降低，致使国外客户的成本降低，品牌商将会通过降低售价再度刺激产品需求，我们对下半年是比较乐观。</p> <p><b>问题四、智能交互平板的应用可分为教育市场和会议市场，公司针对这两类市场的策略是怎样的？</b></p> <p>答：针对教育平板市场。我们的目标市场主要在海外，并且跟海外市场的前几大品牌客户都有合作。我们的策略是负责产品研发设计和生产制造，客户负责销售和应用软件的开发，通过我们的研发和制造优势为客户提供差异化的定制服务。</p> <p>针对会议平板市场，该市场从2016年开始兴起，作为一个有前景的市场，我们看到机会以后就推出自有品牌皓丽来进入会议市场。我们的策略是一方面通过皓丽去推动市场的开拓，一方面利用我们的研发和生产制造优势，继续加强与其它品牌客户的合作。</p> <p><b>问题五、华为，思科等巨头进入会议市场，会对公司造成压力吗？</b></p> <p>答：会议市场可分为三类：一是硬件类的会议系统，比如华为、思科。二是软件类的，比如小鱼易连、好视通、腾讯会议。三是智能交互大屏类，比如皓丽，通过交互式大屏实现本地会议，通过嵌入式软件实现远程会议。因此，三类市场是不冲突的。</p> <p><b>问题六、公司产品的定价模式？</b></p> <p>答：我们的定价模式是：一是材料成本；二是定制服务费用，根据客户所定制的服务复杂程度来确定；三是合理的毛利，按内部标准叠加合理的利润空间。</p> <p><b>问题七、LG逐步退出面板市场会对公司有影响吗？</b></p> <p>答：上游面板行业中，随着韩系厂商的逐步退出，国内厂商产能及市场份额正逐步扩大，公司也与国内厂商建立了合作关系，且与LG采购面板的比例也在逐步下降，因此LG逐渐退出面板行业对公司原材料采购没有太大影响。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022年4月28日