

# 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：2022-009

<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 checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>线上会议</u> </p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>                     聚鸣投资：王宇俊                      申万菱信：刘晗                      招商证券：史晋星、张向阳、彭子豪                      创金合信：陆迪                      中和资本：杨亮                      中融基金：陈方园                      摩根士丹利华鑫基金：隋思誉                      银河证券：顾熹闽                      南方基金：龙一鸣                      前海联合基金：杜宏笙                      华创证券：刘一怡                      锦泓资本：陈洁成、彭江锋                      玄元投资：杨腾武、尚闲                      开源证券：初敏                      中泰证券：张琼、洪嘉琳、张璇                      海通资管：童胜                      太平资产：薛梦馨、赵洋                      标朴资产：周明巍                      源乘投资：钟光正                      弥远投资：刘李嘉诚                      淡水泉投资：杨烨                      北京泽铭投资：单河                      新华基金：陈磊                      利幄基金：孟舒豪                      长城基金：刘疆                      德邦基金：石林                      淳厚基金：陈文                      国泰基金：姜英                      红土创新：李传鹏                      泰达宏利：孟杰                      金友创智：阮泽杰                 </p>
<p>时间</p>	<p>2022年8月25日、2022年8月26日</p>

地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	<p>副总经理兼董事会秘书：孙建华  董秘办主任兼证代：范誉舒馨  证券事务主管：黄永贤  证券事务专员：王乾坤</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>问题一、公司的竞争优势主要体现在哪些方面？</b></p> <p>答：一是全流程软硬件定制化研发设计优势：公司拥有超千名研发设计工程师，自成立之日起一直在产品设计、驱动系统、交互系统、智能主控板卡、电源板卡、背光显示模组、智能触控模组等软硬件上坚持自主研发，并在触控技术、无线传屏、动作感应、语音技术、书写技术、拼接技术、散热技术、色彩还原、声学技术、光学显示及数据传输等核心技术上拥有大量实验数据和丰富经验。公司的模块式专业化分工能够缩短研究开发时间，快速响应客户的定制化需求。通过多年的研发投入，公司积累了众多在智能显示领域的技术成果。</p> <p>二是小批量、多型号柔性化制造优势：公司拥有大量优质的产业工人、完整的产业链条、高效的供应链、自动化的生产线，在保障品质、控制成本的基础上具备小批量、多型号产品的快速生产切换能力，满足了来自全球不同区域的小批量、多型号订单需求。</p> <p>三是差异化市场策略及优质客户资源优势：确立了服务智能交互显示产品全球头部品牌商、智能电视国际知名品牌中小区域市场以及各区域市场本地龙头品牌客户的差异化市场策略，客户群体特征是产品需求多样、定制化需求高、单笔订单量相对较小；</p> <p>四是全球化布局优势：公司的主要客户在海外，自2014年来，海外市场份额逐年提升。根据公司未来三年技术支持及服务中心发展规划，公司拟在全球范围内新建多个技术支持及服务中心，辐射范围涵盖波兰、墨西哥、新加坡、韩国、泰国、巴基斯坦、摩洛哥、埃及、哥伦比亚、巴西、美国、英国、印度、阿根廷、日本等全球主要智能显示终端市场。该布局有利于提高公司品质影响力、扩大市场份额，有利于提高订单响应、交付能力，有利于完善公司服务网络体系、提高公司技术服务能力。</p> <p><b>问题二、公司自有品牌经营的产品类别，对于创新产品的未来发展规划？</b></p> <p>答：公司旗下共有三个自有品牌：“皓丽”主要经营智能会议平板类产品、“KTC”主要经营电竞显示器类产品及部分创新显示产品、“福比特”主要经营智能家居类产品。</p> <p>公司的创新显示产品包括运动镜、美妆镜、移动屏等。公司在创新显示领域采取“自有品牌+ODM”双引擎的业务模式，对于移动屏，主要通过自有品牌“KTC”进行推广，在各大线上商城均有销售，销售情况良好，市场反馈情况较好，对于美妆镜和运动镜，公司专注于研发制造，与下游的内容运营商、品牌商进行深度合作。</p>

**问题三、公司产品在海外市场细分区域的占比情况如何？**

答：分产品来看：（1）智能电视：占比由高到低依次是东南亚、南美、北美、非洲、欧洲；（2）智能交互显示产品：占比由高到低依次是北美、亚太、欧洲。

**问题四、2022上半年经营性现金流净额同比变动较大，主要原因是？**

答：2022上半年经营活动产生的现金流量净额为23,044,643.33元，同比下降76.49%，主要系2022年上半年公司应收账款增长及存货增长等原因所致。应收账款增长主要是由于业务量的增长，一般来讲，我们要求客户先款后货，如果是不能够做到先款后货，需要OA或者是LC结算，对于OA或者LC的结算方式，公司一般会向中信保或人保投保，所以整体来讲回款风险不大。

**问题五、公司在海外市场TOP10客户的份额是怎样的？**

答：我们供应的份额超过客户采购额50%的客户有一至两家，所以后面还有很多提升空间。海外品牌相对倾向于在国内找代工企业，我们有较强的差异化服务能力，在智能交互平板领域，我们的产业链更加完整，模组、主板、电源、触摸框等均由我们自主生产制造，我们深入整个产业链为TOP10客户提供差异化服务，与客户形成互补，未来我们也将努力提升在客户中的供货比例。

**问题六、LG在面板领域的份额逐渐下降，公司是否收到影响？**

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。

**问题七、请问目前公司的研发投入、产品储备、技术储备情况是怎样的？**

答：公司2022上半年，研发费用共计2.51亿，大部分主要投入在创新显示产品领域。

公司近两年研发出十几种创新类显示产品，目前来看，运动镜、美妆镜、移动屏这三款产品的客户反馈情况很好，其他暂未面向市场的产品在同客户一同打磨，我们会根据市场反馈情况逐步推出其他创新类显示产品。

通过多年的研发投入，公司在触控技术、无线传屏、动作感应、语音技术、书写技术、拼接技术等领域储备了众多成果。截至2022年6月30日，公司及下属子公司持有发明专利、实用新型专利和外观设计专利共536项，持有软件著作权382项。

**问题八、公司目前的存货情况处于正常水平吗，后续会不会出现较多的存货计提？**

答：公司的存货情况属于比较正常的，公司根据经营需要，订单情况进行采购。公司客户众多，订单种类复杂，结合经营策略及订单情况来看库存不算多，公司的管理也比较严格。

附件清单（如有）	无
日期	2022年8月26日