

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：2022-010

<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 type="checkbox"/>其他 _____</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>申万宏源证券：赵航 创金合信：周志敏 汇添富基金：徐延锋 长城基金：刘疆 淳厚基金：陈基明 鹏华基金：林伟强 招商基金：马思瑶 诺安基金：张伟民 生命人寿：舒强 珠海南山领盛：伏少松 谢诺辰阳：郭乐颖 东方证券：高兴</p>
<p>时间</p>	<p>2022年8月30日9:30-11:00</p>
<p>地点</p>	<p>公司会议室</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<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>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>问题一、公司今年上半年海外业务占比超过80%，如何理解外销业务及公司整体业绩的增长？</p> <p>答：公司的产品以外销为主，公司今年上半年业绩增长原因包括：（1）去年上半年面板价格高，供应少，IC芯片也缺货，导致生产供应不及需求，而今年上半年以上情况均有改善，可以满足正常生产需求；（2）智能电视领域：全球范围的市场需求可能是呈现下降趋势，但是基于我们差异化的市场策略，智能电视主要面对的是新兴市场国家，而该类市场还有增长，且对大尺寸的需求更加明显，所以在智能电视领域我们也有业绩增长并且大尺寸的占比也有明显提升；（3）智能交互平板领域：海外市场从2015年开始萌芽，起步较晚，因疫情、通胀等原因，行业平均有30%左右的增速，我们的出货量有增加；（4）受益于人民币贬值及政府补贴等多重积极因素</p>

影响，综合导致上半年业绩表现亮眼。

问题二、如何看待公司智能交互平板在海外市场的中长期需求？

答：智能交互平板主要应用于教育、会议领域，在教育市场的应用最早是从2013年国内的教育信息化改造开始，至2020年，教育平板在国内市场的覆盖已基本完成，目前处于低速增长阶段；而海外市场的教育平板渗透率还比较低，随着当地政府教育投入政策的持续，需求的稳定增长，未来增长空间广阔。

根据DISCIEN的研究报告显示，全球教育市场智能交互平板的出货量稳步增长，预计到2026年，全球出货量将达到376.9万台。其中国内的增长态势将趋于平稳，而海外市场将出现高速增长。

智能交互平板在会议市场的应用从2016年开始，目前的渗透率还比较低，但随着协同办公模式的趋势化、用户习惯的良好培育以及企业对智能交互平板的认可度提升，未来会议市场的拓展潜力巨大。

根据DISCIEN的研究报告显示，全球会议市场智能交互平板的出货量稳步增长，预计到2026年，全球出货量将达到217.2万台。

问题三、公司提高自身产品毛利率的方式？原材料价格波动怎样影响毛利率？

答：公司秉承自主研发的理念，在产品软硬件上坚持自主研发，拥有完全自主知识产权，2022年上半年公司研发投入占营收比例为4.38%。另外，公司通过持续优化自身产品结构，提高毛利率水平较高的产品的占比，进一步提升自身毛利率水平。

我们的定价模式是：（1）材料成本；（2）定制服务费用，根据客户所定制的服务复杂程度来确定；（3）利润，按内部标准叠加合理的利润空间。因此，原材价格的波动尤其是面板价格的波动会影响到材料成本，从而对公司毛利率产生影响，但对净利润率的影响不大。

问题四、公司自有品牌和 ODM 业务之间，哪个是发展重点？

答：整体来讲，两块业务都是未来的发展重点，但在产品类别和市场定位上有所区分。自有品牌主要经营创新类显示产品，由于是新产品，市场尚未开发，我们可以用自有品牌去开拓市场。目前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移动智慧屏、“福比特”主要经营智能家居类产品。针对创新显示产品，公司未来计划用自有品牌去培育市场，同时开发ODM客户。

问题五、公司创新显示产品中哪个未来有希望成为大单品？

答：公司已开发十多种创新显示产品，目前已经面向市场的主要是运动镜、美妆镜、移动屏这三款产品。运动镜由于受众的原因，未来大约是1%的家庭+健身房+酒店的市场规模；美妆镜产品比较超前，还不确定未来的市场规模；移动屏由于产品理念和功能比较主流化，受众群体广泛，未来可能是10%家庭的市场规模，我们比较看好这几款产品，未来都有希望成为大单品。

	<p>问题六、公司产业链做的比较深的原因？</p> <p>答：我们客户群体的订单呈现的是小批量、多型号、定制化需求高的特点，由于产品制式、型号规格、认证需求等多种多样，无法形成规模效应，并且供应商由于自身规模经济的原因，与我们的采购订单不太匹配，所以我们的产品大部分都是自主研发生产，经过这么多年的发展，我们也积累了丰富的研发优势，从板卡、模组、灯条、触摸框、摄像头、麦克风，全部实现自主研发制造，因此我们在业内是产业链做的比较深的。</p> <p>问题七、今年下半年面板价格的趋势如何？公司教育平板产品会有价格下行压力吗？</p> <p>答：今年下半年面板价格下跌的空间不大，但迅速反弹的可能性也不太高。教育平板产品我们海外的品牌商客户的下游主要是面对政府机构，一般都是采用招投标的形式，通常来讲，价格传导速度比较慢，变动周期可能有一年左右。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022年8月30日