

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：2022-012

<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>华创证券：秦一超、田思琦、樊翼辰、杨家琛 招商基金：郑若慈 安信资管：王炳修 金信基金：赵浩然 鹏华基金：高亦博 淡水泉投资：杨焯 源乐晟资产：钱雨欣 进化论资产：胡启楨</p>
<p>时间</p>	<p>2022年11月2日</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、原材料价格如何传导至产品价格？Q4乃至明年的原材料价格变化趋势是怎样的？ 答：我们的产品定价模式是：一是材料成本；二是定制服务费用，根据产品型号、定制化差异程度等来确定；三是利润，按内部标准叠加合理的利润空间。我们会根据材料成本的变化、市场竞争、在手订单情况等因素提前对市场进行预判并报价。其中电视的传导速度较快，可能每周都会调价，因为电视整个市场的出货量较大，面板占成本比重又较高；相较于电视，智能交互平板的出货量偏小，面板的成本比重也比较小，传导速度就偏慢，可能一个月甚至一个季度调整价格。 面板价格目前有上升趋势，但终端需求的增长并不旺盛，明年 Q1 趋势暂时还不明朗。</p> <p>问题二、公司采购液晶面板的主要供应商有哪些？有没有比较突出的采购比例比较大的厂家？ 答：面板同其他原材料不同，有能力生产面板的厂家很少。我们与国</p>

	<p>内的主要生产厂家都建立了合作关系，由于尺寸、技术规格的差异，我们根据自身产品的需求在不同厂家都有一定的采购金额。</p> <p>问题三、公司智能交互平板产品的差异性及其壁垒体现在哪里？和液晶面板的质量好坏有关吗？</p> <p>答：我们产品的差异化更多的体现在硬件方面：比如亮度、结构、触摸精度、响应时间、摄像头像素等。液晶面板是一个标准化的产品，相同尺寸和参数的面板性能是一样的，而最终呈现出来的终端产品的质量，更多的要看整机厂家的能力。</p> <p>问题四、公司的毛利率处于行业什么水平？</p> <p>答：公司的毛利率处于行业中位水平。我们的业务模式以ODM为主，即公司负责产品研发设计和生产，而客户负责品牌销售。公司依靠自身研发优势保持毛利率水平，我们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Q3公司研发投入占营收比例为4.29%。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。</p> <p>问题五、公司的研发投入主要指向哪些产品？</p> <p>答：公司目前大部分的研发投入主要放在智能交互平板和创新显示产品。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。并且近两年研发出十几种创新类显示产品，目前来看，运动镜、AR美妆镜、智慧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。</p> <p>问题六、如何看待智能交互平板在海外市场的中长期需求？</p> <p>答：智能交互平板主要应用于教育和会议领域，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；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。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。综合来看，智能交互平板在海外市场的平均增速为30%左右。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022年11月2日