

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：2026-007

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☒ 现场参观 ☐ 其他 _____
参与单位名称及人员姓名	中国银河证券、参与国泰海通证券组织的“走进上市公司”活动的12位投资者
时间	2026年9月7日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	副总经理兼董事会秘书：孙建华先生 董秘办工作人员
投资者关系活动主要内容介绍	Q1：今年上半年公司存货进一步提高的原因是什么？ A1：公司采取“以销定产，以产定购”的经营策略，今年上半年存货抬升主要来源于两方面：一是公司在手订单规模有所增长，结合行业需求动态及交付节奏安排，开展了相应的备货；二是出于供应链安全考虑，针对部分关键原材料开展适度战略备货，对冲原材料供应及波动风险。 后续，随着在手订单逐步交付释放，叠加公司持续优化库存管控策略，存货规模有望逐步回落，公司经营活动现金流也将随之得到改善。 Q2：公司针对汇兑波动方面的应对措施？ A2：今年上半年，公司汇兑损失主要源于持有的美元资产受到相关汇率波动的影响。这部分美元资产在公司经营结算、对外采购环节可形成一定对冲正循环，相关损益属于账面影响，不会影响公司实际现金流。同时，公司亦通过配备专业团队进行外汇汇率的前瞻性分析和预测，并依托具体业务积极开展外汇套期保值业务，以增强财务稳健性，降低汇率波动对公

	司业绩的不利影响。 Q3：公司自有品牌的聚焦重点是怎么样的？ A3：公司自有品牌产品主要聚焦于细分或前沿领域，比如电竞屏、美妆镜以及 AI 眼镜等产品。今年上半年，以自有品牌为主的创新显示产品实现营收 10.44 亿元，同比增长 16.33%；占整体营收比重约 15%，同比提升近 2 个百分点。其中，根据迪显咨询（DISCIEN）数据统计，2026 年上半年“KTC”品牌在中国大陆电竞类显示器产品消费级客户市场出货量排名第三；“皓丽”品牌在中国大陆会议交互大屏市场中销量排名第三。 同时，伴随自有品牌影响力持续提升，公司逐步实现从高端制造向“产品+品牌”的价值升级，品牌势能进一步反哺客户合作与市场拓展，形成客户资源与品牌建设双向赋能的良性格局。 Q4：公司在制造领域客户资源的优势有哪些？ A4：公司前五大客户合计占比较小，客户结构较为分散；同时公司在新兴国家地区发展较快，客户总体数量及资源较为丰富，因此受单一客户波动影响较小。同时，公司拥有超 1000 名研发人员，依托于 30 余年全球化布局及制造底蕴，可提供定制化及差异化服务，在全球拥有稳定的客户基本盘。 Q5：公司惠州工厂的产能利用率如何？有无产能新增考量？ A5：公司惠州工厂的产能利用率维持在高位。目前公司正在推进深圳坂田厂区二期项目的建设。 Q6：请介绍一下公司的车载显示产品业务情况？ A6：公司已获得多家车企客户项目定点，目前车载显示产品业务整体尚处于培育阶段。后续公司将积极把握车载显示行业发展机遇，稳步推进相关业务落地。
--	---

附件清单 (如有)	无
日期	2026 年 9 月 7 日