

证券代码：002415

证券简称：海康威视

## 杭州海康威视数字技术股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-10-24

<p><b>投资者关系 活动类别</b></p>	<p> <input type="checkbox"/>特定对象调研                      <input type="checkbox"/>分析师会议                      <input type="checkbox"/>现场参观  <input type="checkbox"/>媒体采访                                  <input checked="" 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"/>其他（_____）         </p>
<p><b>参与单位名称 及人员姓名</b></p>	<p>           APS Asset 王兴林; Arohi Asset Vivien Cao; Artisan Partners 顾晨; Bernstein Dien Wang; CCBI Cathy Chan; Citi Bank Arthur Lai; Credit Suisse Kyna Wong、尹炬锋; Destination Partners Jessica Zhou; Dodge &amp; Cox Nate Liao; Dymon Asia Yong Wang; EFG Asset Daisy Li; Franklin Templeton 陈徐姗、孙通; FSSA Investment 柯雷; Gavekal Capital Angela Zhao; Goldman Sachs 郑宇评; Grand Alliance Asset Annie Su; Green Court Capital Kevin Ke; Harding Loevner Jingyi Li; Hidden Champions Pang Qin; Hillhouse Stephen Zhang; HSBC Bank Bingyi Zheng、Chris Hsu、Emily Li; J.P.Morgan Feng Lingtian、Ri Xu、Simmy Qi、蔡景彦; Janus Henderson Peter Li; Jarislowsky Fraser Shuang Yun; Jefferies Chi Tsai; LST Capital 黄智; Macquarie Capital 陈勤意、许焱; Morgan Stanley Yun Chen Tsai、蔡格霖、陈娟实; Morningstar Research Don Yew; New Silk Road Investment Shan Rui Yeo; Nomura Asset 徐振华、Leon Sun; Point72 Joe Qin、Yang Bai; S&amp;P Global Ratings Cher Chen; Sanford C. Bernstein Jodie Huang; Torq Capital Wentao Hu; 艾美谷投资 黄诗杰; 安信基金 孙凌昊; 白犀资产 裘善龙、林君杰; 保银投资 徐磊; 鲍尔太平 周俊恺; 泊通投资 庄臣; 博笃投资 叶秉喜; 博时基金 黄继晨、蒋娜; 财通基金 傅一帆、郭琦、金立; 长城基金 陈良栋、杨维维; 长见投资 刘志敏、唐祝益; 长江证券 谢尔曼; 长金投资 沈俊驰; 长盛基金 郭堃、汤其勇、张磊; 长信基金 程放、黄韵; 成芳投资 郭敏芳; 诚盛投资 康志毅; 淳厚基金 陈文、王晓明、吴若宗; 大潮资本 谢耀; 大成基金 陈星宇、李博、石国武; 大家资产 范新; 大岩资本 刘洁; 淡水泉投资 陈晓生、裘潇磊; 砥俊资产 韩皓; 鼎锋资产 李梦莹; 鼎天投资 杨阳; 东北证券 吴雁、姚亚顺; 东方财富证券 周成; 东方基金 何书阳; 东方马拉松投资 任兵; 东方证券 蒯剑、张开元; 东方资管 韩冬、秦绪文、谭鹏万、张明宇、张伟锋; 东海证券 易尚; 东信资本 陈晨; 东兴证券 沈繁呈、王健辉、朱润泽; 敦颐资产 赵捷; 方圆天成资产 陈国贤; 方源资本 邓体顺; 方正证券 骆奕扬; 方正资管 赖彦杰; 丰岭资本 李涛; 沅京资本 陈华良; 沅沛投资 孙冠球; 枫池资产 邢哲; 富安达基金 吴战峰; 富达基金 Tina Tian; 富国基金 刘莉莉、蒲世林、孙权、朱少喜; 港丽投资 龙江伟; 高盛资产 黄昕悦; 高毅资产 冯柳、姜思辰、张继枫; 歌易投资 孔令昌、孔令强; 格外投资 唐波; 工银安盛资         </p>

管 张晗； 工银瑞信基金 曾剑宇、李剑峰、马丽娜、农冰立、张伟； 古山投资 管力峰； 光大保德信基金 陈飞达； 光大理财 方伟宁； 光大证券 潘亘扬； 广发证券 刘念、王昭光、杨小林； 广发资管 观富钦、饶小飞； 国都证券 黄翱、余卫康； 国海证券 何昊； 国金基金 吴志强； 国融证券 刘聪； 国盛证券 陈永亮； 国寿安保基金 冯冠兰； 国泰基金 邓时锋、胡松、申坤、谢宏材、杨飞、张阳； 国泰君安资管 陈思靖、邓一君、冯定成、史霄宇； 国泰人寿保险 陈威佑； 国新投资 张济； 国元证券 陈图南、耿军军、李怀国； 海通证券 及晶晶、王婧、卫书根、肖俊聪、杨昊翊、杨林； 海通资管 童胜、于志浩、邹立； 海悦投资 张威震； 豪山资产 蔡再行； 禾其投资 彭荣安； 合美投资 肖作宇； 合正投资 刘哲； 和谐汇一资产 凌晨、林鹏； 恒生投资 刘洋； 弘毅远方基金 赵阳； 红华资本 贺武正； 红杉资本 宋雅慧； 宏利投资 李文林； 泓澄投资 王萌萌、徐哲桐； 厚毅资本 丁山； 华安财保资管 李阳； 华安基金 盛骅、吴运阳、杨明； 华宝信托 顾宝成； 华宸未来基金 李柏汗； 华创证券 程昊、孟灿、王文龙； 华创资管 田山川； 华富基金 陈奇； 华金证券 曾捷、郑超君； 华菁证券 孙洁； 华泰新产业基金 赵常普； 华泰证券 李梓澎； 华夏基金 高翔； 华夏未来资本 褚天； 华新资本 邓海峰； 幻方量化基金 徐贞武； 汇丰晋信基金 范坤祥、徐犇； 汇鸿国际资产 康思齐； 汇利资产 张运昌； 汇添富基金 夏正安； 汇垠汇吉投资 周燕飞； 惠升基金 彭柏文； 翔鹏投资 杨琪； 混沌投资 肖滨； 基恒投资 汪敏； 佳善投资 孙铭钊； 嘉实基金 陈涛、董福焱、胡涛、刘斌、刘杰、栾东、彭民、王丹、王贵重、王宇衡、吴越、吴振坤、谢泽林、杨柳、张金涛、张淼、赵宇； 建信保险资管 何利丽； 建信基金 刘克飞； 建信养老金 陶静； 交银康联 周捷； 交银施罗德基金 高扬、郭斐、于李平； 金豆投资 时冰； 金鹰基金 陈磊； 精富资产 蒋京甫； 景林资产 蒋彤、徐伟； 景领投资 王胜； 景顺长城基金 刘苏、张雪薇； 景泰利丰投资 吕伟志； 九城投资 肖博； 九泰基金 黄浩、刘源、谭劭杰、王鹏； 玖润投资 刘一； 巨杉资产 王致人； 聚成投资 陈建军； 君禾投资 陈宫、张钰； 君和资本 王瑞思； 卡斯资本 张一； 开源证券 姚金江； 凯丰投资 曹博、田明华、姚佳； 凯基证券 魏宏达； 凯石基金 周德生； 宽远资产 陆忆天； 乐瑞资产 阚刘瑞； 林孚投资 姜军； 罗爵资产 陈振岩； 马可孛罗至真资产 黄晨； 民生通惠资产 爱梦琦； 明达资产 姜镒栋、苏艳妮； 明河投资 姜宇帆； 明润投资 高平、宗兴； 明亚基金 边悠； 摩根华鑫基金 李子扬； 南方基金 李锦文、骆帅、张磊； 南华基金 蔡峰； 南京证券 汪长勇； 诺安基金 张伟民； 盘京投资 王莉； 鹏华基金 杜亮、王璐； 鹏扬基金 王杨； 平安证券 徐勇； 平安资产 彭茜、胡蓉； 浦银国际 沈岱； 普信资产 石天逸； 前海精至资产 傅晓阳； 前海君创资本 夏杰； 前海开源基金 梁策； 前海万利投资 王铁军； 桥河投资 Ryan Wang； 沁源投资 傅明； 人寿保险 静毅男、周晓文； 荣泽石资产 于淼； 融通基金 江怡龙； 瑞丰信和资本 郭鹏、谷裕； 瑞华投资 章礼英； 瑞银证券 蔡迪； 睿远基金 杨维舟； 润池投资 詹银涛； 润晖投资 苏李； 三星资产管理 唐皆丰； 森锦投资 高峰、刘林轩； 山西证券 谢凯； 善渊投资 刘明霞、唐聪； 上投摩根基金 李博； 上银基金 卢扬； 尚科投资 江建军； 申万宏源证券 宁柯瑜、任慕华、施鑫展； 盛树投资 卢建宁； 时空传讯投资 李佳； 世诚投资 陈之渠； 私享基金 庄凯源； 思晔投资 李玉； 太平洋保险资管 王喆、张玮； 太平资产 黄少杰； 泰达宏利基金 崔梦阳、孟杰； 泰康资管 李晓金、王欣欣； 泰山财产保险 张东华； 泰信基金 徐慕

	<p>昊；天弘基金 陈国光、周楷宁；天智基金 田环；同泰基金 陈宗超；同源资产 路兴刚；彤源投资 张乐、庄琰；望还资产 韦明亮；西部证券 王冠桥、吴姣晨；西南证券 吴波；西泽投资 汪波；熙山资本 张亮；喜马拉雅资本 蒋志刚；湘财基金 邢毅哲；新华资产 林建臻、马川、舒良；新活力资本 吴鹏飞；鑫巢资本 柳文渊；信达澳银基金 徐聪、张凯；星耀资本 白光；兴全基金 季文华、谢治宇；兴业证券 黄雯菁、李依、孙乾、熊彬正、姚康；兴证全球基金 陆士杰、乔迁、虞淼、周文波；兴证资管 陈旻、杨亦；秀龙财富 秦威；玄卜投资 雷刚；炫彩资产 赵晓雨；寻常投资 杜凡；循远资产 刘勇；亚太财险 刘竞远；阳光保险资管 祁媛媛；易方达基金 何信、倪春尧、欧阳良琦、叶曦、于博、张坤；易鑫安资管 王锴；益菁汇资产 刘旭；逸原达投资 张志良；毅恒资本 Ethan Xie；银河基金 杨祺；银华基金 薄官辉、陈晓雅、郭磊、向伊达；盈峰资本 张珣；镭泉资产 吴志鹏；永安国富资产 王俊韬、叶斌；涌见资产 兰昆；优塾投资 乔茜；友邦保险 黄怪炜、赵一路；禹合资产 吴佩伦；域秀资本 冯杰波；元昊投资 王怡凡；圆信永丰基金 马红丽；源乘投资 曾尚；云启资本 陈陆洲；泽泉投资 田野、张霖鹏；招商基金 陈西中、侯杰、马思瑶、孙麓深、王若擎、周宗舟；招商证券 鄢凡、王淑姬；招银理财 郝雪梅、梁爽；浙商资管 赵媛；知常容投资 高捷、张志刚；指南基金 张宏；至璞投资 毛学麟；挚盟资本 史余森；致道投资 刘福杰；中安财产保险 颜阳；中国平安 吴裕航；中国养老保险 吴强；中国银河证券 刘靖童、张斯莹；中海基金 左剑；中荷人寿保险 余浩；中集产业基金 刘彦鑫；中金财富 郭凌雁；中金公司 黄乐平、林晓峰、韦昕、夏雪；中金资本 袁路斯、朱剑胜；中欧基金 冯炉丹、刘金辉、邵洁；中融基金 甘传琦、汤祺；中泰证券 黄熙；中信保诚人寿资管 金炜；中信建投基金 杨广、周户；中信建投证券 陈乐然、孙芳芳、徐博、俞鹏；中信证券 曹苍剑、胡叶倩雯、刘将超、卢华权、欧阳佐明、夏胤磊；中信资本 陈卓苗、黄培锐、谢振东；中银国际 王达婷；中银基金 刘潇、袁哲航；中银证券 张岩松；中邮基金 任慧峰；中域投资 袁鸿涛、袁鹏涛；中再资产 姜通晓；中最投资 刚卫文；重阳投资 赵阳；铸信投资 李国华；紫金财险 吴磊磊；遵道资产 杨增飞；</p> <p>安霸科技 Yongjiang Chen；北京大学 肖达；大族激光 向华斌；海光芯创光电科技 涂飞霞；华电集团 范海冰；巨星控股 唐雪；凯盛融英信息科技有限公司 徐巡；科捷电子 陈文清；联想控股 孙雪；茂瑞达科技 王化；彭博研究 沈明；三花智控 吴美静；中图科技 计雪凡；</p> <p>个人：陈德龙、段相光、高峰、郭敏、江栋海、刘凤妮、卢国仙、舒彩云、苏云莺、王平然、韦杨、杨鲁萌、袁伟、张福、张美娟、张振兴、赵宇晨、郑小杨</p>
<b>时间</b>	2020年10月24日
<b>地点</b>	公司总部会议室（电话会议）
<b>上市公司接待人员姓名</b>	高级副总经理、董事会秘书 黄方红女士

<p><b>投资者关系</b></p> <p><b>活动主要内容</b></p> <p><b>介绍</b></p>	<p><b>一、公司经营情况说明</b></p> <p>今年国内与海外先后受到新冠疫情的冲击，对公司整体业务开展带来持续的挑战。中美之间的冲突，美国国防授权法案禁止采购条款的生效以及美国商务部实体清单，持续对公司经营产生负面影响。报告期内，公司积极开展各项工作，以加倍的努力来应对各种不确定性，2020年前三季度公司实现营业收入420.21亿元，比上年同期增长5.48%；实现归属于上市公司股东的净利润84.39亿元，比上年同期增长5.13%；前三季度毛利率为47.71%，比上年同期提高1.27个百分点。分季度来看，一季度营业收入同比下降5.17%，二季度同比增长6.16%，三季度同比增长11.53%，逐季度向好；归属上市公司股东净利润，一季度同比下降2.59%，二季度同比增长16.68%，三季度同比增长0.12%。由于人民币在三季度快速升值，本季度汇兑损失带来的财务费用约5亿元，相比去年同期约4亿的汇兑收益，本季度的净利润增速主要受到汇兑损益的影响。</p> <p>从国内外两方面看前三季度经营情况：</p> <p>国内业务，三季度在二季度的基础上进一步恢复，3个BG在第三季度均实现了正增长，其中EBG同比增速依然保持领先，我们认为企业市场有较大的发展空间，头部企业用户的数字化转型需求稳健，智能业务拓展也符合企业用户用技术手段降本增效的大趋势，未来依然看好企业市场的增长；PBG增速在二季度回正后，本季度继续有所回升，部分细分领域的政府投资有所恢复，一些持续耕耘的重点项目落地，尽管PBG的增速低于年初预期，但整体发展向好；本季度SMBG增速企稳回正，我们期待渠道市场复苏后，后续能有更好的表现。</p> <p>海外国家受疫情冲击情况不一，部分国家仍然受到严重影响，日常经营不能正常开展，导致国家之间的收入增长情况差异较大。疫情控制较好的国家和地区，销售收入增长较好，已基本接近疫情前的增长水平。而部分国家和地区如印度、非洲、拉美等，疫情情况依然严峻。美国业务近两年连续受到政治和疫情等方面的不利影响，美国市场继续负增长，整体占比继续萎缩。四季度仍然需要重点关注各个国家和地区疫情反复的情况，疫情反复对正常业务开展仍然会造成很大的不确定性。</p> <p>受疫情影响，热成像产品在上半年有较好的表现，第三季度已快速回落，恢复到常规产品的销售节奏，对公司业绩没有明显的影响。</p> <p>创新业务前三季度继续保持快速增长，实现营业收入约44亿，同比增长接近50%。目前萤石互联网业务的独立上市工作正在有序进行中。其他创新业务经过持续的投入与培育，目前也都有不错的表现。</p>
---	---

在费用方面，前三季度销售、研发、管理费用率均呈现逐季度下降趋势。主要受人员增速放慢的影响，此外，疫情导致前三季度差旅和部分市场活动与去年同期相比有所缩减，也是一个影响因素。

在经营性现金流方面，前三季度累计现金流达到 55.35 亿元，相比近几年的现金流情况，表现比较突出。一方面是去年同期经营性现金流因备货产生大额现金支出，同比基数较低的原因；另一方面是第三季度应收回款环比有所改善产生了积极影响。

受原材料备货的影响，本季度存货继续保持较高水位。

关于 2020 年全年的预期，疫情带来的不确定性依然存在，宏观经济、国际关系的不确定性依然突出，公司将继续保持谨慎应对的经营策略，对全年业绩不做预期。

## 二、Q&A 环节

**Q:** 我想问一下关于景气度的问题，我们看到公司业绩也在逐步复苏，其实去年三季度基数也蛮高的，所以今年三季度这样的收入增速其实还是超出大家预期的。我想请教一下，虽然疫情现在可能还是看不清楚，包括海外现在展望四季度的话可能也看不清楚，但是就国内的三块业务，尤其是 EBG 这块业务，能不能再帮我们多做一些展望，往明年看的话，我们对于这几块业务的节奏是怎样的一个预期？谢谢。

**A:** 刚才我们也提到，从国内业务来看，我们对 EBG 未来的发展空间是比较看好的，因为目前就大企业的数字化转型，智能业务开拓的趋势来说，其实才刚刚起步，应该说后续还有比较大的市场空间。

从三个 BG 的角度来说，我们认为 EBG 最有机会保持比较好的增速。PBG 业务受到疫情及整个宏观经济的影响，在政府资金面以及大项目整体落地的速度等方面影响的因素比较多。PBG 业务的一些细分领域我们看到了明显的复苏迹象；一些较大的细分领域，过去有比较大的负增长，现在负增长已经收窄，我们希望在四季度看到它们回正。尽管 PBG 整体业务还是不达我们年初的预期，但是整体趋势在向好。往明年来做展望，我们保持谨慎乐观的看法。SMBG 业务，渠道市场受到今年一季度疫情的冲击比较明显，中小企业是个比较零散的市场，受到零售，包括一些小企业商铺的经营情况恶化的影响还是比较大的。目前来看 SMBG 三季度增速已经回正，如果整个宏观经济能够保持比较稳定的、复苏的势头，我们认为 SMBG 应该会有反弹的空间，但具体还有待于下一步去做落实。这就是目前我们对三个 BG 的基本看法。谢谢。

**Q:** 我想再追问一下，我们看到 EBG 今年上半年有 20%左右的增长，那三季度这个增速是一个维持的状态呢，还是说在上半年基础上这个增速会继续往上抬？

**A:** 因为三个 BG 具体的数字在三季报中我们没有披露，所以我们只能说（和上半年比）差不太多，EBG 我们刚才也说了，是三个 BG 当中增速领先的，然后三季度的整体增速能够跟二季度相比有进一步的上扬，主要还是要另外两个 BG 也有不错的表现。因为按照海康现在的体量，还是需要就几个 BG 同时发力的。谢谢。

**Q:** 关于公司供应链，我们也看到三季度华为受到的制裁加剧的情况，能不能请黄总帮我们在这个方面交流一下公司供应链目前最新的状态，比如说目前公司的库存情况，包括现在的供应链是否还是一个正常的状态等等。

**A:** 我们希望华为能够渡过难关，我们也相信他们能够渡过难关。

对于海康自己而言，因为从第一次中兴事件制裁报道（18 年 5 月）到现在也差不多近两年半的时间，这个话题一直都备受关注：供应链安全的问题、原材料的持续供应的问题。我认为但凡是有规划、有计划的公司，应该是都早做了准备的。关于这个话题我们也在说明会上讨论过多次，因为涉及到我们战略核心物料的业务安排，暂时不方便在这个时间点评价太多，后续等到整体环境相对比较稳定，趋势比较明朗之后，我相信能够有机会跟大家做更细致的交流。

但是不管怎么样，我相信“江山代有才人出”。目前，国内的芯片市场是百家争鸣、百花齐放的状态。即使短时间没有一个龙头的芯片厂家出来，现成众多厂家芯片都是可以使用的，所以对于供应链的稳定方面，我们现在不担心，已经找到了比较好的解决途径。谢谢。

**Q:** 我最后一个问题想请教一下关于公司统一软件架构平台，也包括人员增速、内部人效的问题。我们看到从去年到今年，统一软件架构平台发挥的效用已经开始体现出来，同时也看到人员的增速在下降。我想请教一下，如果往明年展望，公司的人员增速还是会控制在一个相对较低的状态吗？同时也想请教一下，关于公司统一软件架构平台，今年前三季度，有没有内部人效方面的一些统计，或者其他的一些成果可以跟大家分享。谢谢。

**A:** 人员的增速跟公司的投入节奏有关，现在公司只能说是放慢了人员增速，人员绝对数并没有往下降；也就是说人员还是在往上增长的，只是增长的速度没有前几年那么快了，

主要还是跟公司整体的战略投入有关。从 15 年开始是整个行业人工智能、智能化浪潮起步的时点，尽管我们的投入是比较早的，在 13、14 年我们就在智能算法上面有一些投入和预研，但是大规模的产业化投入，在产品以及市场这些层面的投入，主要还是在 15 年、16 年开始的。这些投入现在回头来看，也是构成现在公司竞争优势的基础。所以（人员）增速还是要分两边看。当然我们也知道如果人效不能发挥出来，人员成本就会变成一个比较大的压力，所以公司也在主动去做一些人效方面的夯实工作。我们希望在一波投入周期过后，能够在后续有一个效能不断释放的效果，然后形成一个正向的循环。过去海康也都是这么做的，在过去的近 20 年，我们有很多次的人才投入的正向循环：加大投入，然后产出；再加大投入，再产出。2019 年我们在人员方面已经开始略有收紧，到今年 2020，也考虑到整个宏观经济的不太景气的因素，我们就继续收紧一点，然后把过去投入的人力资源继续夯实，把人员效能发挥出来。

统一软件架构平台，跟人力资源的策略是两个视角。因为统一软件架构平台前期是一个大投入的动作，最近三四年，统一软件架构基本上完成了基础的部分，底座已经基本成型了，但涉及项目的大量应用型的开发还是要继续开展的，所以这方面的投入需要继续做。

未来海康在人效方面的考量，跟人力资源的很多策略直接相关，比如我们会侧重在包括末位淘汰、能效指标牵引等等方面。 谢谢。

**Q:** 我们看到过去两年公司在 AI 赋能业务方面有很大的进展，包括今年我们也看到在各个细分领域的落地越来越高频，所以想请教您两个关于时间维度的问题：第一个就是现在我们在做 AI 赋能业务的时候，您觉得相比于 1~2 年之前公司在哪些方面取得的提升是最关键的？比如说项目的落地效率，商业模式、或者人均效益等等，或者您觉得任何其他重要的方面。第二个问题，因为我们也看到一些竞争对手，包括一些 AI 方向的创业公司以及某些互联网巨头，他们也在 AI 赋能方面取得了一些进步，那么您觉得相比于一年之前，公司相较于这些竞争者的竞争优势有扩大吗？公司主要是从哪些方面去拉开差距的？谢谢。

**A:** AI 赋能这个事情确实也不是新鲜的话题了，业内大的一些公司，包括一些创业型的算法公司也都在谈论这个话题。大家越来越接受一个事实：算法不是一蹴而就的，大量的碎片化的市场对算法的需求都是个性化的。为了解决个性化的问题，我们不断地要把算法训练的能力落到碎片化市场里去，否则单靠公司的资源投入来解决这么多碎片化的市场的算法需求，还是比较困难的。

因此就有了我们的 AI 开放平台。海康的 AI 开放平台，相对来说比较实用，也比较易用，当然这里只代表我个人的感受。为什么这么讲呢？ AI 开放算法，包括赋能学习，如果门槛很高，比如需要大量的训练素材，或者需要大量技术人员的投入，那么这两项的要求就会让行业用户，尤其是一些相对规模较小的行业用户没有办法来做赋能学习。因为训练素材的积累和技术人员的投入，都是有门槛的。我们能够做到相对比较易用，跟我们算法的累积学习有关系。我们的 AI 开放平台用的人越多，学习的越多，算法训练的越多，后续使用的用户都是在前面已经训练好的算法的基础上，再增加新的能力，我们的算法在不断的迭代，不断的优化，对于后面累积起来的使用量来讲，大家就会觉得越来越好用。

我们有很多细分行业的生态伙伴，喜欢用海康的 AI 开放平台来帮助他们做细分领域用户的算法训练。海康的这个平台这几年用下来之后，我们跟用户贴的比较近，我们比较理解 AI 赋能过程中方方面面的细节。所以一般来说，平台用的越多，就越好用；用的越多，用户接受度等各方面都会做的比较好。

跟其他竞争者的差距这个角度来讲，不太好评价，因为我不是很了解其他公司的 AI 平台现在是个什么样的状态。就海康自己的平台来说，我们觉得目前已经进入了一个相对比较良性的循环。例如在我们的 EBG 业务端，AI 开放平台得到了比较好的推广。谢谢。

**Q:第二个问题我换一种方式问，我们在面对竞争的时候，主要会从哪一些角度去考虑构筑公司的护城河呢？我理解的您刚刚讲的第一点就是越用越好用，正向循环肯定是一个；那有没有一些别的角度呢？**

**A:** 刚才其实也有提到，真正能给用户带来价值的就是要解决他们的问题，要解决用户的问题，和用户投入的成本、时间等各方面都有关系。刚才讲到 AI 开放平台的易用和实用，易用跟学习的过程有关系，实用跟效果有关系。从实用这个层面上来讲，我们相信用户的眼睛也是雪亮的，一定是公司的算法真正能解决用户的问题，才能得到比较好的推广和使用。谢谢。

**Q: 这些年我们也在不断孵化一些创新业务，找一些新的体量较大的机会点，现在这个时间点，我们团队对于这种创新业务，或者说一些新产品的机会，从能够做到的体量或是业务起量的速度几个维度来看，哪些新的业务机会更明显或者更大一些？**

**A:** 关于孵化业务，创新一直都是海康持续发展的最根本的动力，所以技术创新在我们



的各个业务当中非常的多。我们讲的创新业务主要指海康威视员工跟投的业务。

在海康威视上市公司的体系里面，我们也存在大量的创新孵化，我们每年会推出大量的新产品，包括教育装备展里面涉及到文教卫行业的一些教育相关新产品的开发；以及今年疫情期间，会议平板的产品也做得非常好。所以海康本身就是一个创新驱动的公司，孵化随处可见。如果我们把产品的颗粒往更大去看，它是否构成对新的产业的孵化，还不太好评价。

我们目前在跟投机制下投了8个创新业务，这8个创新业务跟海康本身在做的事情相对还是有一些差异的，因为我们投创新业务的要求就是不能跟海康威视现有的业务产生交叉，要去开拓一些新的市场。萤石智能家居这块业务，经历了差不多7年的时间，原来培育这个市场的时候也非常的难，现在这个市场也慢慢做大了，正在准备独立上市，智能家居应该也有个不错的发展空间。

在工业自动化（机器人）这个场景中的应用，我们觉得发展空间应该也是比较大的。因为工业的自动化，包括工厂智能化、数字化的转型，长期来看这个趋势还是比较符合当下提质增效，降本增效这个发展需求的。

我们在汽车智能化的汽车电子这块业务，从长期来看，汽车智能化包括辅助驾驶这个部分，趋势大家还是都比较认同的。

去年到现在，我们也有几块新的创新业务。例如智慧消防，消防本身是一个相对传统的产业，但随着新的技术、新的理念、新的商业模式的发展，既有的传统市场会产生一些新的变化，我们把很多新的智能化的理念和技术与传统的消防技术融合起来。我们还做了安检业务。

把可见光和非可见光的感知技术在一个比较好的场景当中融合起来，这些业务市场的空间还是很大的。海康对创新业务的孵化，是基于对感知技术的理解，以及对感知技术未来发展空间的想象，二者结合起来。谢谢。

**Q：从全球安防市场的构成上来看，海外的盘子会比国内更大一些，但是从公司收入结构上来说，国内可能是海外的两倍出头。往后面几年展望，除了被动适应这个市场环境的回暖或是持续目前的现状，目前是否有一些主观上的考量，或者计划去在海外市场做一些重点突破？**

A：关于海外市场，应该说它是一个国家和地区发展不太平衡的市场，尽管我们也赞同海外市场的空间从地域上来说还是比国内大很多。但是因为它的发展不平衡，会产生很多新

的问题，比如说现在整个海外的业务模式，仍然是以产品销售为主，不仅海康这样，可能绝大部分的安防公司都这样，因为就国内外市场来看，国内市场的开放度和容纳创新的包容度是比较好的，中国的市场、用户非常的开放，但是很多西方市场还是相对来说偏保守一些，他们习惯于去用已经比较成熟的产品。

整个海外现在主流还是以产品销售为主，不像国内已经慢慢进入到一个更靠近行业 and 用户的个性化的应用模式。在这样一个前提下，海外的市场由于各个国家和地区之间的文化差异、经济发展的差异不均衡，这种不均衡会带来区域和国家之间很大的不一样。可能有些国家只需要卖产品，而有些国家可能会需要去做一些整体类的规划，节奏不太一样。目前有一些国家和地区开始有变化，他们开始对解决方案感兴趣。我们在东南亚、中东北非等地区开始做一些项目型的业务。

这些变化都是持续性的，我们不断根据市场的反馈调整策略。像美国市场，原本我们在三四年前对美国市场也做了比较大的期望，但是也没想到中美之间有这么大的变化，逆全球化的趋势起来之后，我们只能去顺应趋势，然后去做一些企业层面能做的调整。谢谢。

**Q: 三季度单季毛利率比去年同期稍微低一点，费用率也有明显的下降，除了前面提到的一些原因以外，是否有相对细致一些的归因？**

A: 目前从具体的业务细分来说，确实没有看到有哪一个业务的变化会对费用率产生较大的影响，归因还是在人力成本方面。关于毛利率略有下降，我们理解还是跟整个宏观经济以及竞争的格局有关系。因为各家公司对收入的需求，销售人员背的指标还是比较确定的，所以大家还是会进入到相对激烈的一个竞争环境，这是一方面。

另外一个方面是因为经济不景气，大家也会考虑收敛成本来做投入。用户做收敛成本的时候就会考虑在产品的可选余地里面，去选择一些相对中低端的，价格上相对便宜一些的产品，来替换一些可替代的中高端方案，这里就会对毛利产生影响。按照我们常理来判断，我们自己去买东西，如果我们的收入端有一定压力的时候，我们也希望花比较少的钱来达到我们想要的目的。海康的毛利率是一个大杂烩，不断的波动起伏都是正常的。谢谢。

**Q: 关于整个安防行业的竞争结构，之前可能大家也担心有一些大型科技公司进入到这个领域。在过去的几个季度，整个国际环境包括供应链各方面都发生了比较大的变化，在过去这一两个季度里面竞争环境是不是有了一些改善？**

A: 一两个季度都还是很短的时间，我们可能还不足以对竞争格局的变化下结论。在过去几年，我们作为传统安防行业的龙头，曾经下过一次结论是说大量的尾部厂商会退出，这个市场会进一步的集中，目前来看这个趋势仍然还是存在的。安防的竞争进一步加剧，一些小的品牌或是一些以组装为主的厂商，他们的空间相对来说越来越少了，因为品牌厂商会将一些低端低价，性价比相对高的产品进一步下探。除了安防产业之外，其他产业也符合这个趋势，这是一个方面。

第二个方面是排在前面的厂商之间的竞争，目前来说也是非常的激烈，因为前面几家基本都是上市公司，大家也都能看到报表的数据，每家公司都希望在资本市场有好的表现。但是经济不景气带来的整个产业的压力，也是确实存在的。加上传统安防产业的转型升级，要靠过去卖产品的方式来做到比较好的发展，现在来看是比较难的。

所以整体看下来，我们应对整个产业调整变化的动作应该说是比较早的，智能化、投入创新业务、研发各种新形态的产品，海康在安防行业有自己的位置和影响力。其他公司要跟上整个产业变化的节奏，就要看各个公司想偏重于具体某些领域，还是要全方位的竞争，需要找到自己的战略定位。谢谢。

**Q: 想请教一下，我们看到类似黑光这种传感器的升级，以及多传感器融合的技术趋势，由此会有一些新的行业应用的形式，您觉得对我们应该怎样展望，对业务会有一些什么样的帮助？**

A: 多传感器融合让我们突破了可见光这个范围，在更宽阔的电磁波频谱上做感知技术的开发。这些变化使得我们现在对于摄像机等感知设备的理解超越了传统的认知，包括对于外界光源的依赖就不会像以前那么强了，黑光产品在夜晚我们也能拍到全彩的视频；将可见光与热成像、与雷达等其他传感器组合以后，新的感知设备在会有非常丰富的应用。

我们的应用不仅是在记录图像和做感知的动作上，而是基于这些感知信息再来扩展很多新的应用。比如现在我们来谈 EBG，基于这些感知信息就可以开展更高维度的数字化应用。说到企业的数字化转型，主要分为三个层次：

企业业务管理过程中的信息化，信息化指的就是 SAP、CRM、PeopleSoft 之类的办公系统，这是第一层，这一层次应用的是企业日常管理过程中的信息。

第二层次，我们把企业经营所需的关键产品、设备、人员以及业务场景方方面面的信息进行采集，依靠我们的各种感知设备，做到产品、设备、设施的物联，以及场景物联，这就

是物联网，也是建立了数字孪生。

再往上搭建第三个层次，就是基于可以汇聚起来的企业的的数据，包括我们感知到的物联网数据以及企业信息化产生的信息数据，形成物信融合的平台。基于这个数据平台，我们又把智能分析的能力加载上去，构建认知智能，从数据中产生洞察，利用数据进行挖掘，由此形成实实在在的智能应用。

我们拿 EBG 物信融合的一个架构作为例举，就能发现它是基于刚才我们讲到的多维感知的各种设备，但设备用途已经大大广泛了，远不只是用来解决安防的问题，而是融合到每一家企业的个性化的业务管理过程中。我们认为未来在多维感知、多模态的技术应用产生的各种变化是非常丰富多样的。

还可以把上面讲的物信融合，放到公共服务中去，在城市治理这样更大的场景中，所谓的感知联网以及融合计算的过程都会更加的复杂，但是基本的模式还是从信息化上升到智能物联，再到物信融合的这样一层层升级的架构。我们现在已经把这个架构在各个场景中作演练，一步步推动方案走向成熟了。

所以对于多传感器融合，以及融合之后能支持的更高级的应用，我们是比较有信心的。就如同我们曾经所说的，尽管还不知道未来该用什么词汇形容海康是一家什么样的公司，但是我们知道我们已经不是一家安防公司了。谢谢。

**Q: 在机器视觉这个领域里，有投资者观察到今年有一些国外的产品提供商份额在下降，公司会不会觉得和今年的疫情有关系，使他们今年的销售遭遇不利影响，等疫情有所缓解之后，海外的厂商是不是还有拿回份额的可能？**

A: 我们倒不认为是疫情带来了机器视觉领域销售额的此消彼长，国内的客户和我们在同一个文化之中，说相同的语言，方便我们将产品和技术推广到客户那里，提供更贴近的服务，他们越来越认同我们的方案。另一个方面，我们目前在机器视觉方面的产品，在性能上有提升，功能上不断丰富，与海外厂商同台竞技没有什么问题。甚至在某一些方面我们国内厂商还会有一些优势，例如我们将一些智能算法引入到机器视觉产品上，这样的应用领域国内厂商是走的比较靠前的。所以我们不认为疫情之后份额的走势会有很大的改变。谢谢。

**Q: 今年三季度汇率变动比较大，那么汇率变化对于我们销售成本、原材料采购的冲击，以及对财务费用的影响具体是怎么样的？**

A: 我们有海外的原材料采购, 比较多使用美金做结算; 海外的收入方面, 过去几年也会将一些不太稳定的小币种归集为美元做结算。最近的两年中, 中美冲突导致对美元结算的担忧, 又推动我们在交易上逐渐做一些多币种的安排, 不少的中国企业估计都有类似的动作。不过目前美元的影响力还是很大, 所以海外收入的大头仍会使用美元做结算。

在外汇的问题上, 我们的美金收入比美金采购还是大不少, 美元现金和美金的应收会因为美金相对人民币贬值而出现汇兑损失。人民币升值的趋势继续的话, 我们会减少在手的美金, 压缩美元的应收款, 这是我们能做的一些举措。但从财报角度看, 在各个季度间其实很难做到平滑, 第三季度人民币的升值太快了, 变化的速度和力度超出了一家企业能控制的范围, 可能也没有任何一家涉及到外贸的公司可以完全吸收汇率贬值的冲击。

在数值上, 第三季度确实有比较明显的汇兑损失, 大约是 5 亿人民币左右, 而去年同期的汇兑收益是 4 个亿, 所以两者相比有 9 个亿的差异, 会对单季度同比的净利润增长造成压力。谢谢。

**Q: 在萤石互联网这块业务上, 想请问萤石的收入中是否能细分一下, 有多少是硬件产品收入, 多少是云存储带来的收入? 另外萤石的销售渠道和 SMBG 的销售渠道的复用性、重合度是怎么样的?**

A: 萤石的体量相对海康威视的总数来说还是比较小, 所以在我们海康威视的整体报表上还没有披露的这么细。目前萤石也在准备上市, 这块数据等到招股材料披露以后, 大家就会看到比较多细节的数据了。目前除了萤石之外, 我们还有七家创新业务子公司, 如果对其中一家做特别细致的披露, 就比较难维持一个平衡的披露尺度。萤石的云服务收入目前还是比较持续, 比较稳健的。

如果把 SMBG 的产品与萤石的产品进行比较, SMB 是为小企业提供产品, 从安装和应用的角度来说, 我们关注的还是行业型的用户比较专业的需求, 这与萤石所针对的 C 端客户, 对于外观、使用这些符合家用的要求是有差别的。家庭用户希望产品小巧美观, 简单易用, 包括 APP 的易用性, 安装的便捷性, 用户使用时需要比较符合当下的软硬件产品的使用习惯。

在一些客户应用时两者会有重叠, 比如在小商铺的应用中, 选择权是在用户这里。如果客户认为萤石的参数已经可以解决他的需求了, 那么他可以用萤石来搭建一个简单易用的解决方案。如果萤石产品的性能不够用, 要解决偏专业的一些场景需求的时候, 用户就可能会选择 SMBG 的专业产品和方案。所以这是小商铺这样的客户在选择时候要关注的, 就是在使

用习惯和应用上，在两类产品之间做取舍。谢谢。

**Q: 在萤石的业务上，您觉得如何看和互联网厂商之间的竞争情况，未来如果萤石要做的更大，那么三五年后的增量应该更多来自 C 端还是 b 端？**

A: 相对来说，我们关注产品本身，以及要保持经营的耐心。我们从 2013 年开始做萤石业务，当时大家开玩笑说，互联网企业会颠覆传统厂商的市场，这些年来，我们作为从传统厂商转来做互联网业务，接受了互联网的各种各样的挑战和变化。我们在产品本身的研发投入和对电商平台的销售模式的投入上进行兼顾，把我们的资源在两者之间做了比较好的分配和平衡。

现在看当时要做智能家居、家用监控的互联网企业，到今天数量不是太多了，这可能是个耐心的问题，但凡要孵育一个市场起来，就需要很多年持续的投入。萤石扎根在这个市场，会持续不断地在这个领域保持技术创新，也相信智能家居的市场会很大，会容纳下很多品牌，我们萤石会是其中之一。谢谢。

**Q: 三季度毛利率有所下降，是否热红外的销售收入下降也有一定影响？哪些因素对毛利影响较大？对未来毛利率有什么展望？**

A: 毛利率在三季度的下降，比较准确的说法应该是回到了一个比较正常的水平。一二季度受到国内外疫情影响，我们的收入结构发生了变化。第三季度疫情趋于平稳，收入结构回到了相对比较正常的状态，毛利率也回归了正常，这是最重要的原因。

毛利率跟我们的收入结构息息相关。如果中高端产品多卖一些，那么毛利率就会提高一些，相反，中低端产品卖得多一些，毛利率就会下降一些。毛利率的小幅波动，可以关注，但是不需要太在意，谢谢。

**Q: EBG 中，数字化转型的应用领域很广，怎么看 EBG 未来的空间？**

A: 企业数字化转型的市场空间很难研究量化。每家企业用户但凡想要过地更好，竞争力更强，那就意味着每家企业都需要做数字化转型。但是每家企业需要的程度还是不同。有些偏重于日常管理，有些偏重于把生产经营跟整个智能化都关联起来，完成整体的数字化转型升级。总体来看，我们认为市场还是比较广阔的，空间也很大。目前还没有任何一家公司在这个领域走的比较前面，所以也很难来做比较，海康先往这个方向走，让大家看到这个市

场是在一点点扩大的。我们的判断正在得到验证。谢谢。

**Q: 更看好 EBG 的哪些板块?**

A: 这个问题也比较难回答。工商业企业，头部的大中型企业，在疫情期间仍然得到了发展，降本增效的诉求还是突出的。由于疫情的一些因素，文教板块也有较快的发展，我们推出如电子班牌、班班通等产品。但是能源以及智慧建筑在疫情期间有一些萎缩，三季度已有明显的恢复。整体来看跟宏观经济的复苏影响还是比较紧密。

每一家企业都希望自己未来能够发展得更好，有更强的竞争力。所有能够帮助企业降本增效、增强竞争力，企业通过成本费用的核算觉得投入划算，就会进行投入，这是非常商业化的决策。我们努力帮助用户把这笔账算清楚，让用户相信这会是一笔划算的投入。谢谢。

**Q: 机器人业务分哪些类目? 与基恩士、康耐视相比公司打法有何差异, 康耐视毛利率比较高, 能否向他们看齐?**

A: 机器人业务在刚成立的时候定位了三块主要业务，一是机器视觉，就是工业相机这块，二是 AGV 移动机器人，第三块是行业用的无人机。目前来看机器视觉和移动机器人板块发展的比较好。

机器视觉领域对技术有比较高要求，包括像素、帧率、机器设备稳定性等等。过去这个市场有比较多外资品牌，并且这个市场看起来似乎并不太大。我们进入市场之后，发现机器视觉很符合大的工业自动化趋势。工业产线要降本增效、进一步降低对人工的依赖，必然要借助越来越多的技术手段。其中作为眼睛的感知功能是不可或缺的，工业相机是比较典型的感知设备。

我们现在的工业相机除了实现在硬件本身性能的突破之外，还把智能算法嵌入了其中，让我们的相机变成了工业用的智能相机。比如说缺陷的自动监测、条码扫描分类等等，结合工厂自动化管理的需求，工业相机的智能化方面比其他海外的公司走的可能还要快一些，我们的开发迭代速度，跟用户产线融入的速度，会比外资的厂商更有本地化的优势。当然还有一点，我们的性价比很高，所以总体我们在机器视觉方面有比较好的发展。

AGV 领域大家比较熟悉，AGV 的公司百家争鸣，大量创业企业都在往这个方向投。说明这是个趋势，大家都认为 AGV 对工厂效率提升有比较大的作用。一定程度实现了工厂内部物流的数字化，这方面对工厂效率改善比较大。

	<p>关于毛利率的问题,工业相机以及 AGV 领域无论是后续服务还是前期开发都需要较大的投入,是一个高费用高毛利的行业。产品有定制化和碎片化的特性,由于定制化的特性,费用比较大,必须要在毛利上面体现出来,否则就很难发展。跟康耐视相比,他们是前辈,他们的业务模式相对清晰。而中国国内的工业自动化用什么样的模式去做,是单一卖产品还是去推解决方案或是其他方式,现在还有待于进一步发展,不好下定论。谢谢。</p> <p><b>Q: EBG 的数字化转型业务,可预见性如何? 哪些业务能够持续性产生收入,占比有多大?</b></p> <p>A: 海康过去 20 年做的都是 to B 的业务模式,以一次性的收入为主。虽然是一次性的,但是我们把客户服务做好、产品做好,我们的收入粘性还是很强的。这个市场总的来讲很碎片化,碎片化市场一方面可能会觉得可预见性差,但从另一个角度看其实稳定性很强,不至于由于丢了一个大项目,导致收入缺口很大。EBG 业务完全符合这些特点,市场很碎片化,投入周期也长,订单可预见性没那么好。服务型收入目前有一些,但是规模体量不大,所以我们也没有单独拿出来,云眸这块业务现在发展很快,谢谢。</p> <p><b>Q: 多维感知以及 AI 会对存量市场会带来哪些替换需求?</b></p> <p>A: 目前我们的业务模式中,并没有标记新增的交易量有多少是用来替换存量设备的,所以我们看不出来。</p> <p>存量市场中使用的需求只会多不会少,已经用过设备的客户不太可能中断,还是会继续用下去。随着人车物的管理需求变化,设备密度增大、分布空间的扩大会使得增量提升,谢谢。</p>
<b>附件清单</b>	无
<b>日期</b>	2020 年 10 月 24 日