

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：2021-1-11

投资者关系 活动类别	<input checked="" 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 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（_____）	
参与单位名称 及人员姓名	国寿 国泰基金 国信证券 华夏基金 睿远基金 泰康基金 招商基金 泰达宏利基金 淳厚基金 大成基金 东吴资管 光大保德信基金 光证资管 国寿资产 国泰基金 海富通基金 华夏人寿 建信养老 交银施罗德 金鹰基金 南方基金 磐厚资产 浦银安盛 钦沐资管 人保资产 上投摩根	冯冠兰 谷超 熊莉、库宏垚 张帆 杨维舟 刘越 马思瑶 崔梦阳 王晓明 陈星宇、黄万青 刘欣瑜 陈蒙、林晓枫 应超 赵文龙、阳宜洋、赵花荣 申坤 谈必成 宫永建 陶静 田彧龙、周中、王少成、刘庆祥、楼慧源、王崇 陈磊 陈卓 杨振永 黄星霖 吴海宁 颜世琳 李博

<p> 太平基金 泰康资产 天弘基金 天治基金 西部自营 信诚基金 信达澳银基金 银华基金 友邦资管 长盛基金 长现投资 中信建投资管 工银瑞信 国金基金 国元证券 华安基金 华富基金 华泰证券 平安养老 信诚基金 信达证券 永赢基金 长城基金 招商基金 招银理财 Jefferies 华创证券 兴全基金 博时基金 高毅资产 工银瑞信 华创证券 </p>	<p> 应豪 陈虎 王威、张磊 胡耀文 杜威、周密 刘锐 邹运 方建、郭磊、刘宇尘 许敏敏 郭堃、汤其勇 刘志敏 徐博、陈人可 李召钊 吴志强 陈图南、耿军军 谢磊 王帅 胡剑 谢昌旭 吴振华 方竞 张海啸 陈良栋 马思瑶、侯杰 梁爽 Tsai Chi 孟灿、施嘉玮 谢治宇、陆士杰、徐留明、孙统、周文波、童兰、任相栋、 季文华、王品、乔迁、虞淼、邹欣、杨世进 陈鹏扬 张继枫、罗迟放 石正同 孟灿 </p>
--	--

	华夏证券 汇添富 农银汇理 睿远基金 太平资产 泰康资管 招商基金 中信证券 中银基金	吕佳玮、郑晓辉、马生华、孙艺峻、徐恒 夏正安 梁国柱 杨维舟 秦媛媛 陈虎 陈西中 胡叶倩雯、刘琦 王睿、曹娜、袁哲航
时间	2020 年 12 月 22 日—2021 年 1 月 11 日	
地点	远程视频、电话会议以及现场会议	
上市公司接待 人员姓名	高级副总经理、董事会秘书 黄方红女士 投资者关系总监 蔡清源 投资者关系经理 曹静文	
投资者关系 活动主要内容 介绍	<p>Q: 我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，如果往今明年展望，公司的人员增速还是会控制在一个相对比较低的状态吗？同时也想请教一下，关于公司统一软件架构平台，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。</p> <p>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 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</p>	

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，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：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。

	<p>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。</p> <p>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?</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>Q: 更看好 EBG 的哪些板块?</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
附件清单	无
日期	2021 年 1 月 11 日