

证券代码：688207

证券简称：格灵深瞳

北京格灵深瞳信息技术股份有限公司投资者关系活动记录表

(2022年6月)

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称	华泰证券、UBS、上海金犇投资、国寿养老、彬元资本、方大证券、鑫巢资本、金元顺安基金、源乘投资、西部利得基金、Da Cheng International Group、中华联合财产保险、LMR Partners Limited Group、泊通投资、东吴基金、华富基金、ICBC Asset Management (Global) Company Limited、上海师正投资、沪光 SIIC、中荷人寿保险、南华基金、新华养老保险、海通证券
时间	2022年6月
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 王政
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司如何展望智慧金融领域业务，以及农行、建行等目前进度？展开讲一下公司与传统做安防的企业在理解银行需求方面的本质区别？</p> <p>答：公司从2018年开始和农行合作，刚开始入围的只是三维行为分析仪，后来由于农行对我们的产品比较满意，于是后续我们中标了边缘服务器及相关软件，面向约2.3万个农行网点，供货周期从2021年开始一共是四年时间，今年的供货也在有序推进中。去年公司中标了建行总行的AI云平台，公司在持续建设和迭代升级，其应用于网点的产品招标</p>

时点受疫情干扰有所延后，具体什么时候招标还未明确，但公司会做好充分准备。

做传统安防硬件的企业有很强的硬件供应链能力，这个肯定不是我们做软件出身的公司能够去 PK 的，所以我们也去 PK 传统的摄像头，而是选择发挥更复杂一些的像人体姿态和动作行为识别技术优势，大家其实还是处在产业链的不同环节，本质上还是在做不同分工的事。公司做的三维相关的视觉技术是需要沉淀的，公司早期做了很多商业零售方面的尝试，后续也将三维视觉技术应用在包括银行、轨交、体育等领域，我们已经有了先发优势。如果做传统安防硬件的企业想实现这种类似的功能，本身还需要大量的场景数据去打磨模型和产品，其未必能够在短期实现我们这样的水平。例如公司在与银行的深入合作过程中，对银行的各种场景功能的理解、技术的实现、产品的研发有了较为深厚的积累，因此公司的方案基本能够满足银行全方位管理需求，现在银行可能很难再给那么多企业那么长时间去熟悉这些场景进而去满足产品功能，所以公司在银行场景有比较强的先发优势和壁垒。

2、有没有担心 2023/2024 年以后银行的收入确认会放缓的情况？

答：首先，银行内部的 IT 采购基本上五年左右会有一代更新，另外这些软硬件产品本身也会做一些迭代升级，所以我们对未来的预期是每五年银行对原有产品会有更新采购的需求，银行使用我们的 AI 云平台过程中会沉淀大量的业务和管理数据，迁移和转换成本很高，加上预期未来会有一些新银行客户的加入，因此公司未来在银行领域可能会有不同收入浪潮的叠加。

3、公司在智慧金融领域会不会在交付上存在瓶颈，阻碍收入发展，毕竟不完全是纯产品，还有实施的过程？

答：我们目前给农行交付的产品标准化度很高，实施成本不高。我们和农行在早期交付的时候，会给各个地方的农行做一些相关的培训，现在就成熟好多，特别是将来规模化扩大业务时会更具规模效应。另外，我们基本不负责设备安装，所以我们未来在这不会有太多的交付成本。

4、2021 年公司智慧金融营收占比很高，大概有多少？

答：超过 60%。公司未来的发展不会局限在金融领域，公司未来还会重点发展的轨交和体育等领域，公司认为这两块有很大的市场空间，但可能确实很难一下子就释放出来，这需要一个过程。

5、智慧金融的营收占比增长较快，但是毛利率比城市安防领域的要低一点，是不是解决方案的商业模式的占比在提高？

答：安防的毛利率比较高是因为在安防领域公司基本上都是提供最核心的 AI 产品如软件算法引擎，或者说以软件为主的解决方案，所以安防领域的毛利率很高。公司在金融领域很多交付的形式都是软硬一体的，毛利率不如纯软的高，但现在也是呈上升趋势，因为公司中标之后，价格是相对稳定的，随着交货规模的不断增大，从供应链角度来讲，硬件的成本有优化的空间。

公司不断的去开发新场景是因为安防的定制化程度还是比较高的，但是像金融以及未来的轨交、体育领域我们都希望去做标准化产品。例如金融，农行网点应用的都是标准化产品，不会因为不同的区域就有所不同，与建行合作过程中，公司发现他们绝大部分的诉求其实是一样的，公司只需要再去开发二者之间并不太大的差异需求就行了，未来随着客户数量增加，公司的智慧金融产品会愈加标准化。

6、未来两年研发费用是不是按照 10%-20%左右的连增模式稳健推进？

答：公司的研发人员中有相当一部分是在做关于轨交和

体育方面的研发了，已经有比较前瞻性的布局。公司不会为了要快速实现比较大规模的盈利，就放弃未来的战略规划。基于这样的情况，我们其实很多事情是做在前面了，因此公司未来的规划会要求收入的增速高于研发投入的增速，公司毕竟已经上市了，因此还是希望能够做到比较稳健的增长。尽管我们在 2020 年和 2021 年都做到了经营层面盈利，但我们在短期内也没有要极度控制成本，要把利润很快做大的诉求，公司现在还是在一个打江山的阶段，还是希望能持续投入研发，进一步的去提升壁垒，加强我们核心竞争力，在我们看好的场景里面更多更快的扎根。

7、未来哪一年净利润会在表观上实现盈利？

答：公司 2020 年和 2021 年已经实现了经营层面的盈利。基于招股书里面披露的前瞻性信息的数据，公司预估 2023 年能够实现表观盈利。

8、轨交业务的增长是不是会比体育更快？轨交业务今年进展情况如何，大概什么时候占比会有显著提升？轨交行业是否会受到疫情影响导致投资有所减少？

答：轨交业务在去年就实现了商业化落地，比体育更早一些，体育产品目前在学校和军队做试点。公司已经商业化落地的轨交业务是对车进行检测，去年已经在做多个试点，目前公司交付的主要是软件，硬件正在研发中。我们自研的硬件产品的成本预计会比外采的低很多，所以未来会有一个比较高的毛利率，公司预计今年年底到明年初会推出比较成熟的软硬一体产品，但更大规模的落地要到明后年，这是一个蓝海市场，我们对取得一定的份额还是比较有信心的。另外，公司还在就铁路轨道检测场景研发新产品，这也是一个大市场。

疫情对轨交行业投资有可能存在短期内影响，例如新建线路的开工，但国家对轨道交通投资持续增加，而且车辆底

检、轨道检测在轨交体系内属于一级检修，检修频率高，相对来说需求比较刚性。另外，公司的轨交业务正处在刚开始发展的阶段，远未到大规模放量的时期，因此疫情对下游行业短期的影响实际上对我们的业务干扰不大，我们认为行业整体的市场空间不会受到短期疫情因素的干扰。

9、怎么看待公司在游戏领域的布局和 AR\VR 的下游需求情况和二者之间关系？

答：这两个方向都不错，因为当前这两个方向的市场的渗透率都还非常低而且都会给用户带来良好的体验，都属于元宇宙概念。我们基于三维人体姿态和行为识别技术以及游戏内容开发能力正在研发的超大型沉浸式人机交互运动游戏，我们称之为“大宇宙”；VR 游戏我们称之为“小宇宙”。VR 游戏设备有点像在游戏机基础上做出的提升和迭代，他有他的优点，但相对来说在使用时因为无法看到现实环境其区域范围比较有限。但我们的产品主要是应用于线下场地，用户无需佩戴任何头盔或眼镜，同时可以让用户体验到人与人在现实世界之间的互动、人与虚拟世界之间的互动。所以我们觉得这两个方向不存在太多竞争关系，各自有不同的发展空间，甚至将来“大宇宙”和“小宇宙”还可以互相融合。

10、是否会拓展消费级市场？

答：我们有往消费级市场拓展的考虑，我们认为未来体育市场的应用是可能的方向，因此未来我们可能会从体育教育的角度，向 to C 场景做布局，但是这还需要时间去做开发，目前公司主要还是 to B 的产品，还是希望先把这块的商业化做大、做成熟。

11、怎么看待 3D 立体视觉赛道的核心竞争壁垒？我们的竞争优势体现在哪？

答：我们认为技术本身不会成为长时间的壁垒，AI 到了现在这个阶段，要和场景深度融合，要打造出高性价比的产

	<p>品，客户要有意愿并能够付费，才是公司得以发展壮大的路径。我们既是创新驱动型的公司，也非常注重商业化落地，我们希望能够基于我们的技术创新不断挖掘高价值场景，即便是在相同的大场景里，我们也在不断拓展新的小场景，去创造更多的商业价值。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022年6月2日-2022年6月22日