

证券代码：300496

证券简称：中科创达

中科创达软件股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-003

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	天风证券 缪欣君 沈海兵 民森投资 丁凡伦 王超 沅沛投资 马惠明 孙冠球 彤源投资 王武 薛凌云 张乐 汐泰投资 董函 朱总 博时基金 陈伟 程沅 金晟哲 肖瑞瑾 宝盈基金 侯嘉敏 李进 国海证券资产管理 刘航 夏添 国寿安保基金 冯冠兰 李捷 宋易潞 张帆 红塔证券 李艳廷 李雨峰 华夏基金 施知序 郑煜 汇添富基金 马翔 夏正安 杨璿 赵鹏程 嘉实基金 何鸣晓 梁铭超 王贵重 谢泽林 长安国际信托 茅玉峰 杨小馨 泰达宏利基金 李更 王鹏 兴全基金 陆士杰 沈度 王品 长江养老保险 郭昊 钱诗翔 中国人寿养老保险 于蕾 郑楠 中海基金 李东祥 左剑 中信建投证券 张咏梅 徐博 徐博 名禹资产 王友红 博道投资 高笑潇 盘京投资 王震 博普科技 章腾飞 朴信投资 邹国英 诚盛投资 完永东 谱润股权投资 马天翼 鼎萨投资 刘寻锋 前海珞珈方圆资产 董丰侨 丰岭资本 李涛 清水源投资 冯文光 富善投资 李方勇

万杉资本	皋雅	古乔投资	文辉
衍航投资	杨晓鹏	嘉怡财富	董莉
永瑞财富	赵旭杨	聚鸣投资	王广群
裕晋投资	杨烽	磊萌资产	陈启辉
泽铭投资	安晓东	泰康资产管理	陈怡
志开投资	张文博	泰信基金	吴秉韬
中欧瑞博投资	任建军	天弘基金	吴明鉴
安信证券资产	冷国强	西藏合众易晟投资	苏诗
北大方正人寿保险	刘祥	鑫元基金	李彪
北信瑞丰基金	吴克伦	燕园创新资本	王雷
淡水泉投资	朱唯佳	易方达基金	何一铖
东海证券	洪汇	永赢基金	任桀
敦和资产	周瑞剑	永源安泰基金	王赫
沅京资本	王洪祥	长城财富	罗林
观富资产	张昊	长城基金	储雯玉 郭堃
广州由榕投资	欧可升	招商基金	韩冰
国投瑞银基金	孙文龙	正谊资产	梁锺
杭州米仓资本	陈哲	中国农业银行理财	公晓晖
红华资本	补长青	中国人保公募基金	于嘉馨
红土创新基金	朱然	中金资本运营	袁路斯
泓德基金	蔡丞丰	中欧基金	刘金辉
湖南源乘投资	唐亚丹	中融人寿保险	董凤亮
华美国际投资集团	王书伟	中银基金	王嘉琦
华泰柏瑞基金	曾懿之	中银三星人寿保险	周箭明
华泰资产	晏 英	中银证券	宁宁
汇鑫投资	许成	雷石资产	孙婷婷
建信养老金	陶静	民生加银基金	王凤娟
江苏瑞华投资	孙习强	南方基金	陈小玲
交通运输仓储	姜明	农银汇理基金	梁国柱
金信基金	江磊	诺德基金	周建胜
景泰利丰资产	吕伟志	鹏华基金	董威
玖鹏资产管理	窦金虎	平安基金	李辻
珺容投资	刘畅	平安养老保险	邵进明
太平洋资产管理	王胜	前海开源基金	吴国清
台灣群益投信	洪玉婷	前海联合基金	张磊
Daiwa SB Investments (HK)	Liu Ming	前海人寿保险	
杨柳青			
Manulife	Wenlin Li	厦门坤易投资	林捷鸣
Matthews Asia	祝泉	上投摩根基金	李德辉
Parantoux Capital	Lisa Zhou	尚腾资本	经晓云
Rays Capital	Willow Zhang	绍兴精富资产	张治龙
Yong Rong Asset Management	Tim	光大保德信基金	董伟
炜			

时间	2020年4月13日 21:00-22:00
地点	电话
上市公司接待人员姓名	董秘、财务总监：王焕欣 投资总监：王利国
投资者关系活动主要内容介绍	一、 第一季度报告情况介绍 2020年第一季度新冠疫情在全球蔓延，针对疫情公司立即开展了非常积极的应对措施。最重要的一点是保证员工的健康，公司为员工准备了非常充足的防疫物资。与此同时，公司组织远程办公，百分之百的确保向客户交付。公司高管在全球各地积极推动落实公司业务进展。通过与客户视频会议等在线的方式进行高频的沟通，保障向客户高质量的交付，另一方面确保公司业务机会的落地。 2020年第一季度公司营业收入4.42亿，较去年同期增长32%；归母净利润接近6700万，较去年同期增长32%。全年来看，在汽车智能化、网联化、5G+AI赋能物联网的产业趋势下，无论是公司的业务布局还是在手订单的支撑，公司的增长趋势是拥有较高确定性的。 中科创达是采取大客户制的公司，公司的大客户都是产业链内根基深厚的公司，还包括知名度非常高的头部科技型企业，他们自身穿越周期、抵御风险的能力是非常强的。公司之所以能取得大客户的青睐，在于自身的技术实力一直以来都被客户信任和依赖，客户黏性非常高。这一点在第一季度30%的收入增长就是最好的体现。 疫情对于全球的企业都是有影响的，公司的客户也会进行一些调整。公司也在积极的配合客户做调整，和客户一起成长。这些调整 and 变化也有一部分体现在了第一季度的经营业绩中。中科创达一直以来智能操作系统核心厂商的定位，使公司能够专注的形成核心技术能力，并且进行深度产业布局。 公司在危机中不断自救的同时也为自己创造出了新的内生增长点。近几年来，在中美贸易摩擦等背景下，公司一直在做危机下的风险应对以及更长远的战略布局。现在的中科创达，围绕客户和产品线两个维度形成网状的业务结构。这样的结构为公司播下了很多的种子，这些种子会生根发芽，未来会逐渐的长成参天大树。比如市场关注度相对较低的行业级物联网业务，今年为公司带来了新的增长点。公司为很多传统的企业和行业提供端、边、云一体的解决方案，成功运用到南京、西安、杭州的智慧城市项目中。 疫情总会过去的，春天总会到来。无论短期我们面临是怎样的困难，对于中科创达来说，只要5G推动智能化社会发展和汽车智能化的趋势在，公司会以技术实力和产业布局，用事实证明公司能够经受住考验。这是对公司一季度和长远发展的初步总结。

	二. 问答 1. 在整个产业中长期的浪潮和趋势下，公司良好的行业卡位和客户的头部属性，基本不受影响。公司的三大业务：手机、汽车和 AIoT 在二季度和下半年的增长有怎样的展望？ 智能手机业务第一季度有约 15% 增长。在产业趋势上，手机厂商对于通用型平台研发投入压力变得越来越重。手机厂商也面临很大的成本压力，因而逐渐转变为采用具有研发能力的平台型厂商提供的操作系统产品。中科创达拥有别的公司所没有的独特技术能力，比如在头部手机厂商进行全球化业务扩张的时候，公司向它们提供系统化的平台软件及全球运营商认证，这是只有中科创达这种平台型公司才能提供的。公司的智能操作系统平台产品作为行业的软件基础设施，对于终端厂商来说是刚需，与平台研发投入相关联，跟出货量和机型没有直接的线性关系。除了新的平台研发，公司还有面向客户原有平台升级的服务。手机厂商为了保证客户体验，在不换机的情况下也会对原有平台进行升级，从而改善客户体验，这部分也是公司手机业务驱动力的一个方面。 汽车业务 2020 年第一季度营业收入同比增长超过 50%。公司的智能驾驶舱平台研发投入资金量大，且研发周期较长，公司的产品愈发被市场所认可。在新冠疫情的背景下，更多的车厂客户选择了公司的智能驾驶舱平台产品。同时原有定制化业务开发周期较长，车厂会继续维持研发投入。另外，公司目前大部分的收入来自于开发阶段，跟汽车销量相关的部分占比较小，汽车销量下滑对这部收入影响有限。持续优化头部的大客户是公司的重要策略。短期的影响已经体现在第一季度的财报里，从长期来看，汽车业务增长的逻辑是汽车智能化趋势的加速，中科创达作为平台技术厂商的产品优势是保证持续增长的原动力。 IoT 业务 2020 年第一季度同比增长的幅度超过 60%。IoT 业务核心的出货包括行业 and 消费物联网领域。主要出货的产品包括：扫地机器人、工业机器人、视频会议系统以及应用于远程智能医疗的 AR 设备，这些设备在疫情的情况下需求是增长的。公司根据在手订单的情况多储备了超过 3000 万的元器件。有了足够的生产材料在手，才能保证客户完整、及时的交付。 2. 汽车平台产品方面长期的趋势可以分享一下吗？ 从产业角度看，公司的智能操作系统平台可以有效帮助车厂减少基础设施的投资，缩短研发周期，专注于应用开发及服务生态构建。汽车厂商越来越重视差异化创新，公司开放、中立的平台产品会极大的提升产业效率，会被越来越多的汽车厂商所采用。从技术和产品维度看，公司的智能操作系统平台包括基础 OS 和丰富的中间件体系，软件行业通常是得中间件者得天下。中科创达把底层平台做得很厚，丰富的中间件能够帮助车厂、第三方客户开发应用，同时，完善的云端一体的开发、仿真、测试、部署工具链能够帮助车厂快速构建云端平台。
--	--

	3. 中国的手机销量都在下滑，汽车销量下滑更厉害，客户的需求对公司来说可持续的吗？ 长期逻辑和短期逻辑也都支持公司业务增长的持续性。对于智能手机来说，客户一方面需要中科创达提供更稳定的平台研发技术；另一方面中科创达也拥有其他公司没有的深度差异化技术能力，即使在现在手机出货量下滑，公司对于原有的平台升级的研发服务也在增长。智能汽车业务的产业趋势很高，车厂会继续加强软件方面的研发投入，重点布局差异化创新，这些都需要借助公司的智能汽车操作系统平台和开发工具，无论长期还是短期来讲，车厂对公司业务的需求还是非常旺盛的。 4. 现在消费类电子公司都有 Q1 高增长，公司对 Q2 怎么展望，会不会受海外疫情的影响？ 公司全年的收入和利润的增速都是较高的确定性。消费电子厂商的研发投入是具有较高的刚性和持续性，公司的收入增长量的正相关关系并不大，公司提供的是平台型的研发业务，包括我们会提供一些其他厂商并没有的技术服务，我们的软件产品是刚性的和刚需，没有正相关的关系，原有的平台和升级服务，这些都可以保证全年业务持续增长的原动力。 5. 疫情对客户的招投标和对我们现场实施的业务影响是怎么样？ 与客户的沟通公司都是通过远程电话会议系统进行的。公司的实施都是可以通过远程办公进行项目交付的。 6. 海外的远程办公实施有影响吗？ 没有。包括公司在印度的约 200 人的研发团队，都在有序地进行远程办公。 7. 公司在汽车行业内属于 tier1 还是 tier2？2018 年、2019 年人员大幅增加的原因？ 公司同时向汽车厂商和汽车 Tier1 提供软件产品和服务，从传统产业格局上看，公司既承担了软件 Tier1 的角色，也承担了软件 Tier2 的角色。从新的产业生态上将，公司属于车厂和 Tier1，尤其是车厂的软件创新合作伙伴，不单单为车厂和 Tier1 提供产品和服务，同时也为车厂和 Tier1 提供新的产品定义和差异化创新。人员的增加是在为公司未来两到三年的智能汽车、智能物联网业务研发做储备。2019 年下半年增加的工程师基本上在业务上还没有真正的贡献力量，人均创收可能会有短暂的下降，但长期看肯定是公司未来产品化、IP 化转型非常重要的力量。 8. 随着后面智能座舱渗透率的提升，这块的市场规模还是挺大的，后续有没有可能会有些新的竞争对手，Tier1 的软件团队跟公司是什
--	---

	么样的竞争关系？ 公司智能汽车软件业务在国内没什么对手，国外纯软件的公司会跟我们形成一些竞争。传统的 Tier1 的软件能力相对比较薄弱，尤其是系统软件。Tier1 是公司的客户，不存在竞争关系。Tier1 的软件团队主要是在应用算法层进行创新，以及在硬件的固件领域创新，与公司的操作系统技术互补。 9. 按全球 7000 万辆汽车销售量，1 辆按照 100 元授权许可来算的话，市场空间还是挺大的，未来我们能占多少？ 与出货量相关的版权费（Royalty Fee）的大小主要取决于软件 IP 的数量。随着智能汽车软件复杂度的提升，IP 数量也会逐渐增加。市场占有率需要结合客户数量及 IP 种类和数量来看，创达目前拥有 40 余家车厂客户，这些客户将会为创达带来巨大的业务增长空间。
附件清单（如有）	无
日期	2020 年 4 月 14 日