

实探智能显示龙头康冠科技：

# 深耕智能电视赛道 全力开拓海外市场

深圳市龙岗区坂田街道岗头社区五和大道4023号，这是智能显示龙头公司康冠科技总部所在地。日前，中国证券报记者实地调研发现，公司“智能显示科技园项目（一期）”已拔地而起，建筑工人正紧锣密鼓施工。

走进康冠科技深圳工厂生产车间，记者看到，产线工人正在忙碌，一台台电竞显示屏在这里生产制造包装下线，从深圳运销海外市场。

康冠科技专注于智能显示产品近三十年。2023年，公司超700万台ODM智能电视销往海外市场，目前已推出自有品牌高端电视。此外，智能交互平板、电竞显示器、移动智慧屏、智能运动镜、智能美妆镜等产品多点开花。

“墙内开花墙外香”，2023年，公司逾八成收入来自海外市场。

● 本报记者 张兴旺



康冠科技显示器车间自动化产线

公司供图

## 拓展海外市场

2005年，康冠科技开始生产LCD电视，公司凭借自身的研发设计优势不断开拓新产品领域。

智能电视业务是康冠科技的基本盘。2023年，康冠科技针对智能电视业务研发投入约2.73亿元；智能电视产品出货量达到731.4万台，同比增长37.31%；智能电视业务实现营业收入72.90亿元，同比增长32%。业绩增长主要得益于公司在北美市场智能电视出货量显著提升以及公司服务的“一带一路”沿线国家和地区本地头部

品牌稳定增长。

据记者了解，2023年，康冠科技有731.4万台智能电视来自ODM（原始设计制造）订单，绝大部分销往海外市场。康冠科技董秘孙建华表示，公司智能电视业务主要服务于“一带一路”沿线国家和地区、新兴市场国家的本地头部品牌客户。在这些地区，智能电视仍处在“家庭三大件”的刚需阶段，预计未来还有很大增长空间。

天风证券研报显示，多年来，康冠科技深耕智能电视领域，通过多种业务模式积极

开拓市场。公司通过智能电视业务因地制宜带动整体生态链。

康冠科技董秘办主任兼证代范誉舒馨对中国证券报记者说，公司走差异化道路，凭借20多年的柔性化制造经验筑起“护城河”，占据领先市场份额。

范誉舒馨说：“在‘一带一路’沿线国家和地区的智能电视业务方面，康冠科技服务的客户订单具有柔性化、定制化特点，单笔订单少的有几百台，多的则有几千台、几万台，比较零散。”

范誉舒馨直言，随着5G技术和人工智能的发展，客户群体对智能电视画质、交互和声效等方面要求的提高，使得智能电视逐渐向多样化和个性化发展，新型显示产品和大尺寸产品受到市场欢迎，智能电视行业更新换代需求保持稳步增长。

机构人士认为，大尺寸化是智能电视明确的发展方向之一。群智咨询研报显示，一方面，以32英寸为代表的小尺寸产品份额加速收缩；另一方面，超大尺寸电视市场渗透率迎来快速

根据洛图科技统计数据，2023年，康冠科技智能电视在生产制造型供应商中的出货量全球排名第五。孙建华表示，展望2024年，在奥运会以及其他赛事等因素催化下，预计公司智能电视出货量会有良好的表现。

中信建投证券称，公司是全球TV及IFPD（交互式平板显示器）代工龙头企业，2023年IFPD代工受高基数及行业需求下滑影响，收入规模及占比下滑，而智能电视代工以及新兴品类贡献收入增长。

今年以来，超过1600家上市公司已真金白银投入市场实施回购。Wind数据显示，截至7月2日收盘，今年以来共有1650家上市公司实施回购，合计回购金额达1047.41亿元，创历史新高，并已超过2023年全年914.15亿元的回购金额。

## 上市公司回购重要股东增持热情高涨

● 本报记者 吴玉华 董添

Wind数据显示，截至7月2日收盘，今年以来，超过1900家上市公司发布回购相关公告。其中，1650家上市公司用真金白银实施了回购，合计回购金额达1047.41亿元，创历史新高，并已超过2023年A股全年914.15亿元的回购金额。同时，2024年以来，A股共有383家上市公司发布重要股东增持相关公告。

### 公告密集发布

今年以来，上市公司密集发布与回购相关的公告，回购力度远超往年。Wind数据显示，截至7月2日收盘超1970家上市公司发布回购相关公告，超过1700家上市公司实施了回购或已完成回购计划。本周以来，已有超270家上市公司发布回购相关公告。

诺思格7月1日晚间公告称，公司拟以自有资金回购部分股份，将用于员工持股计划或股权激励。回购资金总额上限为8000万元（含本数），下限为5000万元（含本数）。回购价格不超过58元/股（含本数）。回购数量为86.21万股至137.93万股，占公司总股本的0.90%至1.44%。

值得关注的是，多家上市公司变更回购股份用途，实施注销式回购。

能科科技7月1日晚间公告称，公司拟变更2024年回购股份方案，回购股份由“用于员工持股计划”变更为“用于注销并相应减少注册资本”。

### 已回购金额较高

今年以来，超过1600家上市公司已真金白银投入市场实施回购。Wind数据显示，截至7月2日收盘，今年以来共有1650家上市公司实施回购，合计回购金额达1047.41亿元，创历史新高，并已超过2023年全年914.15亿元的回购金额。

在实施回购的上市公司中，7家公司今年以来回购金额超10亿元。其中，药明康德回购金额达20亿元，三安光电回购金额达19.9亿元，宁德时代回购金额达16.86亿元，顺丰控股、九安医疗、通威股份、凯莱英回购金额均超10亿元。此外，韦尔股份、格力电器、和邦生物、上汽集团、中国建筑、保利发展回购金额均超9亿元；25家上市公司回购金额超5亿元。

兴业证券研报显示，2023年底以来，A股回购政策不断优化，今年上半年回购实施规模已超过去年全年水平。同时，主动型回购预案发布后，股价相对指数的超额收益愈发显著。在新“国九条”推动资本市场高质量发展、监管层持续强调股东回报的背景下，投资者可以提升对于回购的关注度。

### 重要股东积极增持

Wind数据显示，2024年以来，A股共有383家上市公司发布重要股东增持相关公告。7月以来，重要股东计划增持的上市公司数量持续增多。

昆仑万维披露，收到控股股东、实际控制人周亚辉发来的承诺函，为提振投资者信心，大力提升上市公司质量和投资价值，同时基于对AI行业及公司发展战略的高度认同，以及对公司未来持续发展的信心，周亚辉承诺将本人取得的及一致行动人盈瑞世纪中归属本人的2023年度至2027年度公司税后分红所得用于增持公司股份，其中2023年度权益分派已实施完毕，计划将税后分所得用于增持公司股份，拟增持金额不低于1150万元（含）。

近期，不少上市公司公告重要股东增持进展，部分重要股东增持金额较高。

埃夫特7月1日晚间披露，截至2024年6月28日，控股股东之一致行动人远大创投以集中竞价方式累计增持公司股份约488.83万股，占公司总股本的0.9368%，增持金额为4717.89万元。芜湖嘉植累计增持公司股份553.4万股，占公司总股本的1.0606%，增持金额为5240.57万元。远大创投及芜湖嘉植合计增持金额为9958.46万元。

埃夫特此前公告，自2024年3月20日起6个月内，远大创投、芜湖嘉植拟使用自有资金或自筹资金增持公司股份，合计拟增持金额不低于5500万元（含本数），不超过1.1亿元，合计拟增持股份总数不超过公司目前总股本的2%。

银河证券研报显示，上市公司回购股份、重要股东增持表明股东及管理层认同公司投资价值，并对公司未来发展前景充满信心，同时有利于稳定股价，保护投资者利益。



视觉中国图片

## 智能家居产业链

# 居然之家加码数智化与国际化

● 本报记者 傅苏颖

数智化成为传统家居行业一大关键词，并推动行业深刻变革。中国证券报记者日前在位于北京居然大厦的居然智慧家人车家体验中心看到，整个体验中心覆盖智能汽车、智能手机、智能厨房、智能卧室等场景，通过下载居然之家APP，可以实现人车家三端联动。

“基于公司自主研发的智能家居系统，公司在小鹏汽车上植入居然之家APP，在车上可以控制家中的智能设备，操作便捷。”居然之家工作人员介绍。

业内人士表示，当前我国智能家居渗透率较低，未来市场空间广阔。根据中商产业研究院数据，预计2025年市场规模将突破8000亿元。

### 数智化转型提速

“居然智慧家是居然之家打造的智慧生活服务平台，通过构筑智能家居通用操控系统，连接各种智能终端设备，进而实现消费大数据互联互通，打造‘人、车、家’三位一体的消费体验场景。”居然之家工作人员介绍，目前，北京地区已建成2家体验中心，另有4家在建，全国范围筹备项目达7家。今年年底前，公司力争开设50家连锁门店，目前已与超过百个品牌建立合作关系。

居然之家成立于1999年，业务涵盖设计

和装修、家具建材销售、物流配送、家政服务、购物中心、生活超市等领域，致力于为客户提供装修和家居服务全生命周期解决方案。公司制定了数字化、智能化、国际化和绿色化四大战略，“洞窝”、居然设计家和居然智慧家是公司实施数智化的三大抓手。

“洞窝”聚焦产业链上下游的数字化赋能、线上线下一体化全场景零售、跨境电商三大核心业务，全链路赋能品牌工厂、经销商和卖场，创新服务体验，助力家装家居产业链健康发展。居然设计家是居然之家打造的AI家装设计平台，通过AI、3D、大数据等底层技术驱动，致力于为全球家装设计师和DIY客户提供AI设计工具，并为泛家居商家提供数字化解决方案及精准营销服务。

基于对居然之家数智化转型能力的认可以及双方战略的高度契合，近日，居然之家与华为签署战略合作协议，深化数智化合作，涉及居然之家旗下的设计家、“洞窝”、智慧家三个APP与鸿蒙进行适配，将进一步融入华为的AI能力，提升行业智能化应用水平。居然之家将与华为共建、共创、共享全新鸿蒙生态。

在线下业务层面，居然之家依托全国连锁卖场，积极落地华为手机和智选汽车等终端产品的销售场景，为消费者带来人、车、家三位一体的智慧生活新理念。业内人士认为，此次战略合作有望进一步延伸居然之家三大数智平台增长曲线。同时，华为智能终端产品矩阵扩充，有望促进智能家居品类协同。

居然之家成立于1999年，业务涵盖设计

2024年一季度，康冠科技实现营业收入28.35亿元，同比增长30.80%。公司各品类产品延续增长态势。其中，智能交互显示产品、创新类显示产品、智能电视的销售收入同比增长分别为11.28%、114.62%、16.77%。

范誉舒馨说：“我们的业务多点开花，可以提高企业抗风险能力，保持业务稳定。”

2023年，康冠科技来自海外市场的收入达到112.93亿元，占公司营收的比重为83.99%。

孙建华介绍，公司的主要客户在海外，

自2014年以来海外市场份额逐年提升。根据公司未来两年技术支持及服务中心发展规划，公司拟在全球范围新建多个技术支持及服务中心，辐射范围涵盖欧盟、北美、拉美、非洲以及印度、韩国、日本等全球主要智能显示终端市场。

中信建投证券认为，康冠科技拓展智能交互平板新市场新客户，电视代工业务受益新兴市场需求增长，自有品牌及创新品类收入规模快速扩张，未来成长空间广阔。

中主要为海外用户，未来将以3D云设计工具为核心，打造高活跃度、高价值的设计师生态体系，通过“全球城市合伙人计划”快速拓展海外市场，努力成为全球领先的家装行业AI设计+营销服务平台。

### 成长空间广阔

在二手房与旧房改造等领域需求释放、消费者需求升级、智能家居品类创新等因素驱动下，泛家居全渠道销售额有望保持稳健增长。

业内人士认为，作为国内泛家居行业龙头企业，居然之家线下家居卖场稳步扩张，同时持续深化创新家居主业，稳步拓展购物中心模式打造第二成长曲线，并通过数智化转型高效发展，未来成长空间广阔。

面对市场变化，公司2023年提出固定租金和销售分成“一店两制”的招商模式，与商户风险共担、利益共享，以突破传统固定租金模式下公司营业收入的“天花板”。

公司的“统一收银”模式和“洞窝”系统为招商模式创新提供了有力支撑。2023年2月，哈尔滨先锋店率先试点。截至2023年12月31日，先锋店招商率提升至98%。四川内江店通过实施销售分成模式实现了开业快速招商，从2023年6月12日召开招商发布会到2023年12月16日正式开业，招商率达到98%，并成功引进国内众多一线品牌。