

证券代码：688583

证券简称：思看科技

思看科技（杭州）股份有限公司

投资者关系活动记录表

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"/> 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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他 <u>（请文字说明其他活动内容）</u>
参与单位名称及人员	中信证券 广发基金 招商基金 深商证券 山西证券 东北证券 杭州久盈私募基金管理有限公司 杭州中财 生生资本有限公司 杭州策空私募基金管理有限公司 浙江壁虎投资管理有限公司 杭州附加值投资管理有 限公司 杭州八柳资产管理有限公司 琢磨基金 杭州 九慕资产管理有限公司 杭州艮岳私募基金管理有限 公司 杭州金投乾憬投资管理有限公司 浙江银万私募 基金管理有限公司
会议时间	2025年2月17日-2月20日
会议地点	思看科技（杭州）股份有限公司会议室
上市公司接待人员	董事、副总经理：陈尚俭 副总经理、董事会秘书：赵秀芳 产品经理、证券部其他工作人员

投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司介绍：</p> <p>公司是面向全球的三维视觉数字化综合解决方案提供商，主营业务为三维视觉数字化产品及系统的研发、生产和销售。目前公司产品主要覆盖工业级和专业级两大差异化赛道，涵盖便携式 3D 视觉数字化产品、跟踪式 3D 视觉数字化产品、专业级彩色 3D 视觉数字化产品和工业级自动化 3D 视觉检测系统等产品。</p> <p>二、投资者交流：</p> <p>问题一：在公司下游领域中，汽车制造、航空航天、工程机械占比较大。在上述下游领域中，目前市场份额较大的还是三坐标测量仪，下游客户在选择不同产品时，在高精度、高效率、便携性等产品各项指标中重点考虑哪些指标？</p> <p>回答：在技术创新和发展方向上，公司所在的三维视觉数字化行业特别是激光 3D 扫描技术领域，作为一种近年来新兴发展的技术方向，正处于行业快速发展的上升阶段。相较于现有的传统接触式测量及其他 3D 视觉数字化技术而言，激光 3D 扫描技术具备明显的技术优势，是革新性的基础测量技术。</p> <p>传统接触式三坐标测量仪能够检测微米级 (10^{-3} mm) 测量精度。公司基于光学原理的非接触式激光三维扫描仪能够检测忽米级 (10^{-2} mm) 精度，以公司复合式 3D 扫描仪 KSCAN-Magic II 为例，最高精度为 0.020mm。2023 年汽车制造、航空航天、工程机械三个领域合计占公司主营业务收入比例为 70.72%，在前述汽车制造、航空航天、工程机械领域中，仅少量高精度轴承等零部件需要微米级 (10^{-3} mm) 及以下的测</p>
---------------	--

量精度，如高精度轴承、燃油发动机缸体等高精密零件需要使用三坐标测量仪。这部分应用场景的客户只能选择三坐标仪测量，牺牲效率和便携度，在恒温恒湿的实验室用三坐标测量。根据调研，整体而言，航空航天、汽车制造及工程机械制造领域的大部分冲压、焊接、铸造、注塑和复材等主流成型工艺生产的大量零部件均可使用激光三维扫描仪进行数据采集、测量、检测等工作。在三维测量设备市场的主要下游应用领域中，未来大约 70%左右的相关需求可以使用基于光学原理的非接触式三维扫描仪完成，而在对部分精度需求极高的测量领域，仍需要继续使用接触式三坐标测量设备。

目前工业领域中下游客户对扫描测量效率有较高要求，在被测量物体尺寸较大、被测量物体形面复杂以及测量环境无法满足接触式测量要求的场景下，公司激光三维扫描仪由于其高便携度、高智能化、更易用的综合优势，更能够得到下游客户的认可。

目前工业领域中，三坐标测量仪所占市场份额较大，主要由于三坐标测量仪技术市场已推广 70 年左右，在工业计量行业培养了使用惯性，因此仍占有较大的市场份额，市场集中度较高。但公司产品基于光学原理的非接触式激光三维扫描技术，能够克服三坐标测量仪的测量效率、测量数据完整性、现场便携测量等痛点，实现在室外、工厂、产线的高效率现场测量，公司激光三维视觉扫描产品作为新型的测量设备已逐步开始从主机厂向其上游的供应商进行传导。

问题二：目前公司产品所处激光三维视觉数字化行

业中参与厂商相对较少，竞争较为集中，未来若有其他厂商进入采取价格竞争，是否会对目前公司毛利率及市场占有率造成影响？

回答：目前在工业计量领域，公司的激光三维扫描仪相较于传统接触式扫描仪几十至几百万元的高额产品成本及实验室的持续维护成本，产品性价比已经大为提升，因此客户更注重激光三维扫描仪产品的综合工作性能。在技术方面，公司经过持续研发投入已推出了多款引领行业的技术，如多波段扫描技术、内置摄影测量技术、掌上型智能 3D 扫描技术、智能无线扫描技术等行业首创技术应用等。同时，公司校准实验室已通过中国合格评定国家认可委员会（CNAS）的认可，符合 ISO/IEC 17025 标准要求（全球检测和校准实验室管理体系执行标准），公司校准中心为国内首家同时获得 VDI/VDE 2634 Part2、Part3 和 JJF1951 全部能力项认可的企业校准实验室。ISO 17025 实验室认可为迄今国际建立实验室能力和质量的最重要认可，这表明公司在光学三维扫描测量系统校准领域具备按照国家规范及国际标准开展可追溯性计量校准的技术能力。

综上，在工业计量领域，下游主机厂及其供应商更看重测量设备的工作稳定性及使用便捷性。公司自 2015 年发布成功研发便携式激光 3D 扫描仪 HSCAN 并打破国外垄断以来，已在行业内连续推出多款首创产品，是公司技术优势的明显体现：（1）2016 年推出行业内首款采用多波段双色激光原理的激光三维扫描仪，并在行业内首次引入蓝色激光扫描技术（2）2021 年推出行业内首款仅掌上尺寸大小的激光三维扫描仪（3）2024 年推出行业首款“智能无线”扫描技术的灵

动跟踪式 3D 视觉数字化产品。未来，公司将进一步加大研发投入、促进产品的精度提升、高易用性和高智能化，提升核心技术护城河。未来即便有其他下游厂商进入，公司认为不会对公司的毛利率和市场占有率造成较大不利影响。

问题三、公司产品除原有领域外，有考虑向其他领域如机器人相关产业扩展或结合吗？

回答：从机器人的形态和功能应用上看，机器人主要分成两类，一类是用于工业生产的传统工业机器人如以机械臂、AGV 为运动基础部件的工业机器人自动化系统，一类是具备类似生物运动能力和一定环境视觉感知能力的仿生智能机器人系统。

公司的 AM-CELL 和 AM-DESK 工业自动化三维测量系列属于上述的工业机器人自动化系统，下游客户主要领域为汽车制造、工程机械等企业。通过机械臂抓握便携式 3D 扫描设备或跟踪式 3D 扫描设备，结合转台、导轨、AGV 等运动机构可按照事先规划的工作流程和运动路径，完成重复的自动化 3D 扫描检测。可以将实验室抽检提前到生产流水线、车间现场的检测需求，尤其是产线必检或者频次较高的抽检，具有高效、实时、稳定的特点。随着工业智能化水平的不断提升，自动化 3D 检测的需求也越来越多。这部分工业级自动化 3D 视觉检测系统收入在公司报告期内也在稳步增长。

对于仿生智能机器人系统，目前阶段机器人通过对周围环境进行实时三维视觉感知进而实现行走、避障、取放、搬运等功能，适配如仓储、物流等的简单

的结构化场景，尚未进入通过高精度感知、识别和定位结合精准动作执行机构完成非结构化复杂任务的应用阶段，如机器人进行复杂零件装配、精确物品识别、精准抓握等应用场景；因此与公司产品的高精度三维获取数据的优势相关度较低。目前公司主要业务开展和经营业绩中关于仿生智能机器人视觉感知方面均无实质开展和实质贡献，尚未有明确的订单和收入。

问题四：公司所处 3D 视觉数字化发展如何？能否介绍一下公司市场占有率和境内、境外市场开拓情况？

回答：3D 视觉数字化及 3D 扫描技术近年来在众多领域得到了广泛应用，在工业领域中广泛应用于汽车制造、工程机械、航空航天中尺寸测量、质量检测、开发设计、零部件测量、过程控制、逆向工程等领域。在专业级领域中广泛应用于医疗健康、教学科研、3D 打印等万物数字化领域。据弗若斯特沙利文研究数据，2022 年全球三维视觉数字化产品市场规模为 122.9 亿元，未来 5 年预计将以 26.6% 的年均复合增速快速增长，并增长至 2027 年的 400.1 亿元。2020 年至 2023 年，公司主营业务收入复合增长率达 43.91%，整体保持高速增长态势，其中，公司便携式 3D 扫描仪产品、跟踪式 3D 视觉数字化产品、工业级自动化 3D 视觉检测系统收入的年均复合增速分别达 27.30%、134.34% 和 229.28%。

公司整体采用“经销为主、直销为辅”的销售模式，根据弗若斯特沙利文《中国及全球三维视觉数字化产品市场研究报告》显示，2022 年公司的手动式产品（对应公司手持式和跟踪式 3D 视觉数字化产品）在

	境内市场份额已处于头部。在境内，公司将提升大客户的服务质量，增强大客户粘性，进一步巩固境内市场地位。在境外，由于加拿大形创公司国际化布局相对较早，公司认为仍有很大增长空间，近几年公司境外收入增速高于境内；公司将积极布局海外市场，促进境外收入增速和占比进一步提升。公司在境外已设立德国、美国子公司，在东南亚、南美已设立本地化服务中心。未来公司将进一步加大境外本地化团队建设，提升国际化渠道和品牌建设。
附件清单（如有）	无
日期	2025年2月17日-2月20日