证券代码：002137 证券简称：麦达数字

**深圳市麦达数字股份有限公司投资者关系活动记录表**

编号：2019-004

|  |  |
| --- | --- |
| **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 （电话会议） |
| **参与单位名称及人员姓名** | 广证恒生：肖明亮 |
| **时间** | 2019年3月19日15:00-16:00 星期二 |
| **地点** | 深圳市福田区彩田路新浩e都A座2801 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事会秘书朱蕾 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **一、介绍公司经营情况**  **1、公司发展历史**  公司成立于1998 年，2007 年在中小板上市，公司原主营业务为EMS 消费类电子和LED照明产品生产制造。公司自2015年向互联网产业转型开始，逐步明确智慧营销与智能硬件双轮驱动的战略，先后收购顺为广告等三家数字营销公司，分别投资消费品行业和SCRM细分行业的SaaS优质企业赢销通和六度人和，在大数据、云计算、企业互联网服务等领域先后投资奇异果互动、富数科技等。  **2、战略规划**  “智能硬件+智慧营销”双轮驱动是公司当前战略规划的核心,基于对公司所处行业趋势的判断,智能、数据、技术将会是麦达数字业务未来新的驱动力，公司“智慧营销+智能硬件”双轮驱动战略也将始终以此为核心，构建公司的核心能力。  智能硬件：作为公司的成熟业务板块，公司将凭借在硬件产品规划、研发和制造领域的积累和底蕴，以LED照明等成熟、稳健的既有业务为基石，抓住全球智能硬件高速发展的机遇，向智能硬件业务领域拓展和延伸，持续为公司战略转型提供稳定的业绩支持。未来一段时期公司将加大在物联网软件领域的投入，成为物联网终端产品的提供商。  智慧营销：基于对行业趋势的深刻理解，为应对数字营销行业的快速变化，公司将该业务板块定位于为客户提供以技术为桥梁，以数据为驱动力，以品效合一为目的的一站式营销数字化转型服务。  **二、2018年公司智能硬件板块发展如何？**  公司智能硬件板块在经历了2013年的低谷期后，自2014年开始了转型升级，抓研发，深挖老客户的潜在合作需求，培育开发了新的国际优质客户（如ASM、ABL等），带来近年来该板块业绩的持续增长。尤其2017年、2018年发展非常迅速，2018年上半年度已经实现的营业收入突破3.25亿元，同比增长87.44%。实益达技术的一款WAFER系列超薄圆形面板灯因其性能优良，得到了客户和终端消费者的高度认可，2018年以来销量同比大增。  公司智能硬件板块已培育、开拓了较多稳定的优质客户，如知名的跨国企业ASM、ABL、LEDVANCE。2018年切入国内金融科技领域优质客户-怡化股份的供应链系统，2019年已开始陆续出货；2018年还开拓了德国家居照明市场销量排名前列的企业—德国柏曼等国内外知名企业。  近年来公司陆续在智能硬件板块引入事业合伙人，创新实施合伙人机制，先后与合伙人陆续成立了实益达智能、益明光电、江苏实益达等主体，开拓国内外照明细分市场。公司的合伙人人才机制不仅为公司储备了稳定的人才，也极大程度促进了智能硬件业务的发展，给公司的发展带来积极正面的影响。与此同时，公司积极整合资源，2018年度将业务存在相关性的子公司实益达工业的全部股权出售给子公司实益达技术，两家公司的本次重组，实现了智能硬件板块的统一规范管理，有利于智能硬件板块的长远发展。  与此同时，在物联网发展潮流的大背景之下，公司智能硬件板块也紧抓机遇，积极拓展除传统产品之外的新产品品类，如智能锁具、智能模块、金融科技产品等。子公司实益达技术在2018年增资新加坡企业THINGS SMART PTE.LTD（易智联），易智联主要专注于智能锁具的研发、设计和市场推广；实益达技术与杭州涂鸦信息技术有限公司达成合作，双方在智能家居全渠道拓展、产品创新、大数据分析、供应链协作等领域合作，实益达技术主要负责二次开发智能模块（俗称二级平台，如智能照明等）标准化的控制模块，为涂鸦以及其客户群提供智能硬件产品的设计、制造服务。  **三、2018年公司智慧营销板块发展如何？**  从大的行业来说，数字营销细分行业这几年也正在发生非常大的变化，传统的数字营销1.0业务主要以传统4A的营销策划、投放、流量代理或单一功能的数字营销“服务”为主，但是随着大数据、云计算等技术的发展，我们认为未来的数字营销服务企业能否胜出关键在于是否能更“智慧”。广告主更关注营销效果和效率是商业本质，要持续提高营销效果和效率，我们认为还是得依靠“技术”的运用，用“技术”变革数字营销业务，让数字营销服务更“智慧”，才能在新的数字营销时代构建竞争力。所以公司将“智慧营销”板块定位于助力企业营销数字化转型，基于技术、产品和数据，与传统的策略、创意、服务相结合，为品牌客户提供从营销获客，到销售转化，再到持续客户运营的企业全套In-house营销数字化平台建设服务，帮助企业沉淀数据资产，构建客户体验旅程，关注客户从认知、转化到留存的全生命周期营销与客户服务。  公司2015年收购的三家数字营销公司的业务目前主要还是属于数字营销1.0，在行业大变革时期，三家公司本身业务的长期可持续正面临着非常大的考验和挑战，为了适应行业的变化，公司内部也在做变革和调整，比如2018年我们对三家公司做了后台业务整合等工作，总体来说困难有，但其有自身的优势资源，希望和机会同样存在。此外，公司也持续在开展的周边技术研发、投资布局技术类企业，目标一方面也是冀望寻求机会点，助力现有数字营销业务变革。  此外，2019年初公司计提商誉减值，导致2018年度业绩修正后不达预期。但营销板块此次减值风险充分释放，公司在手资金较为充裕且负债率低，实际控制人/控股股东股权质押率较低，以上事项均为后续主业经营及产业投资整合奠定了基础。  **四、关于科创板，公司有什么规划布局吗？公司的产业基金目前是什么情况？**  公司自2015年以来陆续在大数据、人工智能、物联网和智能制造等领域进行投资布局，先后投资了赢销通、六度人和、富数科技等，收购北京微联达，孵化并投资麦盟科技，充分利用了国家对云计算、大数据、人工智能、物联网等领域的战略和政策支持，通过产业发展、投资布局、研发创新等方式，稳健推动着公司战略落地。公司部分参股公司前期已收到科创板企业信息收集表，也一直在密切关注和跟踪有关科创板的相关政策信息，若未来时机成熟，参股公司也会依据自身的发展需要适时选择适合自身的融资方式和资本市场发展路径。但是，参股公司未来是否能真正实现在科创板上市存在不确定性，请投资者注意投资风险。  关于产业基金，截至目前，公司专项产业基金-1已私募备案完成，基金-2也正在募集中，两只产业基金的认缴规模合计约达人民币6-8亿元。该两只基金未来将围绕大数据、人工智能、物联网等扩充公司的投资版图，沣源资本作为基金管理人，多年来致力于投资前沿科技创新和深度产业结合所带来的商业机会，经验丰富，此番强强联合，未来有望投资更多的优质标的。  **五、公司智能硬件板块有什么新产品吗？**  公司硬件板块除了目前已成熟的电子元器件、LED照明产品之外，也在推进其他智能硬件终端产品的研发、项目合作，如智能锁具、物联网智能模块、金融科技产品等。  公司会立足于自身业务切入需要的领域，从目前来看，5G作为下一代移动通信技术，对提升移动设备的数据通信能力、万物互联的物联网、智能家居等都会产生非常大的影响，公司也在密切关注5G产业进程，积极与5G产业链相关厂商探讨各层面的合作机会。在物联网、智能家居方面，公司有部分项目已在推进过程中。如子公司实益达技术与全球化智能与语音AI交互平台-杭州涂鸦达成合作，公司主要负责二次开发、制造智能模块（俗称二级平台，如智能照明等）标准化的控制模块；实益达技术增资易智联，引入在智能家居、物联网和消费电子产品等领域拥有丰富经验的技术研发团队，探索新的智能硬件品类（如智能锁具）；此外，公司目前正与泰国一家大型锁具企业前期洽谈，但业务能否合作以及业务量目前暂时难以预估，请投资者注意投资风险，公司管理层希望通过积极采取多项措施，抓住行业发展的机遇。  **六、“3.15晚会”被爆出产品问题的杭州递金网络科技有限公司，与公司共同参股设立了富数科技？递金网络与公司有什么业务往来吗？**  富数科技成立于2016年4月29日，考虑到公司投资布局的主要方向为大数据、云计算、物联网等行业，富数科技系技术服务提供商，与公司战略布局方向一致，公司于2017年12月以增资方式参股了富数科技，本次投资的工商变更于2018年2月7日办理完成。网传公司与递金网络共同参股“设立”富数科技的说法与事实不符。  除开公司与递金网络均为富数科技股东外，公司与递金网络不存在关联关系或其他利益关系；且公司及合并报表范围内的子公司与递金网络也均无业务往来，也并未借助递金网络获取用户信息。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2019年3月19日 |