

深圳市捷顺科技实业股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2021-04-26

投资者关系活动类别	<input 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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	国盛证券：杨焯、黄诗涛、陈泽青，海富通基金：刘欣瑜、华商基金：金曦 东方阿尔法基金：陈渭文，摩根华鑫基金：李子扬，嘉实基金：谢泽林 相聚资本：刘文祥，渤海人寿：王雪峰，国君自营：楼剑雄，煜德投资：冯超 信诚基金：夏明月，宽潭资本：雯妮，南方基金：雷嘉源，天风资管：任智宇 朴易资产：尚志强，华夏久盈：肖桂东，交银理财：陈润民 上海仁布投资：董冠群，才华资本：赵汉霆
时间	2021年4月26日下午 15:00-16:00
地点	深圳市福田区龙尾路10号捷顺科技
上市公司接待人员姓名	董事长：唐健、董事会秘书：王恒波、证券事务代表：唐琨
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">一、公司 2020 年度经营情况介绍</p> <p>2020 年，整体而言，无论是对社会还是行业，都是比较特殊的一年。上半年面临的疫情比较严重，而我们的业务都是线下拜访式的，且项目实施到客户端去，其实对我们有比较大的影响；下半年疫情好转一些之后，又面临核心芯片的断供和切换芯片等等。面对上述情况，我们还是坚持了我们原来的发展战略，公司上下克服了这些困难，实现了在 2020 年收入和利润的都双增长。</p> <p>2020 年，公司的经营在以下几方面取得了较好的成果：</p> <p>1、在新业务的带动下，公司新签订单较去年增长 34%，是过往几年增速最快的一年。公司 BCG 业务协同效果显著，在新业务的带动下，传统智能硬件业务保持稳健发展，较去年增长 17%。</p> <p>2、新业务实现规模化发展，呈高速发展势头：</p>

(1) 捷停车业务新签订单增速超 50%，线上停车运营收入增速超 34%，基本实现盈亏平衡。在业务数据方面，覆盖停车场超 1.6 万个、年末周日均线上交易笔数突破 180 万笔、触达用户数达到 3,200 万、全年交易流水 40 多亿，捷停车业务已发展成国内领先的智慧停车运营一体化企业。

(2) 软件及云化服务规模化增长，该业务（不含上海捷羿）收入增长 62%。其中重点业务云托管车道数从 2019 年的 1,000 多条到 2020 年的 4,000 多条，天启 SaaS、云停车、云门禁服务项目从 2019 年的 500 多个到 2020 年的 2,400 多个。

(3) 城市停车业务实现大的突破，全年新中标大大小小的项目 21 个，新签订单增速超 500%，营收增速超 200%。

3、公司现金流明显改善，实现经营活动产生的现金流量净额 1.54 亿，相较于 2019 年的负 6,000 多万实现大幅提升，也扭转了连续两年现金流为负的情况。

4、随着公司业务远程化、云化的不断推进，大幅减少了现场客服人员成本投入，以技术手段进行远程实施交付、运维，客户服务质量、客户满意度得到持续提升，2020 年客服人均服务客户量增加 35%。

二、公司 2021 年第一季度经营情况介绍

2021 年一季度，公司实现了收入和利润双 50% 以上的增速，新增订单增长达到了 82%，为公司新的三年规划开了个好头。其中重点业务软件及云服务的增速其实达到 120% 以上，新业务占比持续提升，为全年的业务发展奠定了好的基础。

三、公司发展规划

公司总的战略方向是实现从产品到运营服务的转型，通过全面云化，使公司成一个以云为核心，在设备的基础上提供停车场的经营服务的企业。我们拥有本行业内大量的技术投入和创新，在停车场设备的基础上，我们看准了停车场的经营和服务，通过我们的运营服务为车场客户创造更多增值价值，也为广大车主用户提供更便捷的停车服务。

外部市场方面，中国的市场从深圳改革开放开始，经济的蓬勃发展已经覆盖到全国的每一个城市，汽车保有量和停车需求的持续增加对我们行业的需求就更显著。近年来国内智慧停车业务的持续发展，使行业空间从原来的百亿级设备空间，到千亿级的车场运营服务空间，甚至到更大万亿级的停车费市场。这个时候我们适时地进入到每一个城市去，我们对行业的发展空间是很乐观的。

内部机制方面，一方面，我们鼓励业务部门裂变式发展，形成了业务年薪与业务规模相关联的机制。以前我们的组织裂变是总部来开新的分公司，现在我们采用分公司“生儿子”的方式，效果很好，今年就新开了 10 家分支机构。另一方面，我们不断提升公司内部管理的数字化水平，做到更智能、更高效、更低成本、响应更快；同时公司多年的发展也储备了一批行业内优秀的管理、市场、技术人才，并且在组织能力、机制，内部运作模式形成比较完善配套，有这样的内部基础，使我们对未来的发展很有信心。

四、问答环节

1、近期原材料价格不断上涨，公司有何应对措施？

答：2020 年底以来，大宗原材料包括金属材料、电子元器件、芯片等材料价格持续较快上涨，确实给公司带来一定的成本增长的压力。公司已经通过优化供应链、更换核心部件、优化成本结构等方式缓解原材料价格上涨对公司的影响，包括公司年初已经提前锁定了一批核心材料的价格，我们认为公司有能力和消化这种短期的压力。当然，公司会考虑市场整体水平以及客户接受程度，但是也不排除在原材料进一步上涨的情况下，公司可能会采取调整产品价格的做法。

2、公司如何评价智慧停车行业竞争格局？

答：智慧停车行业经过初期的粗放发展期后，停车行业回归服务车场运营方和车主的本质，市场更趋于理性和有序。行业的业务模式逐步清晰，客户也更加成熟，一些规模小、能力弱的企业已经或将逐步退出市场。而行业头部企业，会以来其已形成的规模优势、模式优势、经营能力优势，在市场的竞争力会更加强化，市场份额也会进一步得到提升，这是行业当前的发展趋势。

3、公司现金流改善的原因

答：公司从 2018 年开始，为了快速拓展捷停车车场，增加市场的覆盖，我们推出了分期付款的业务，我们加大了大客户业务的投入，这几个板块其实都是吃现金流的，因为它有个账期，要先滚动，所以我们 2018 年的现金流是-1.5 个多亿，2019 年-6,000 多万。今年就现金流转正达到了 1.5 个多亿，跟净利润基本匹配了。改善主要包括两个方面：（1）新业务带来现金流的改善。包括云托管、智慧停车运营，都是以回款来做收入的。只要做了项目，每个月都有款回，这个规模的增加会改善公司的现金流。（2）原来的分期付款的业务随着云托管的推出，规模在变小，再加上原来

的账期滚动起来之后，达到了一个平衡，大客户的回款也有提升。在这几个因素的作用下，我们的现金流明显改善。我们自己判断，随着我们战略的发展，我们新业务的规模持续增大，我们的现金流还会得到更大的改善提升。

4、公司云托管业务目标客户群体是哪些？大的商业地产公司对这个需求如何？

答：云托管业务的核心逻辑是帮停车经营方降本增效，只要是一个以盈利为目的的停车场，都能算我们的客户。目前就云托管市场而言，云托管主要有以下客户类型：

（1）停车场里边商业性的停车场，它是对云托管是需求更强烈的。比方说写字楼，酒店、购物中心、机场等，因为它们都是以临时行车为主的，云托管应用是覆盖面是非常大的，我们现在做的云托管项目里，有一多半就是这类型的客户。（2）社区停车场，这里面可能就要分类了。有一些老旧小区，本来停车场跟人行都是一个口，那个时候是不可能省掉人的，所以这种它就不一定适合了。而一些是近 10 年新建的小区很多都实施了人车分流，人车分流之后人走人的门，车走车的进出口，那么车的进出口它就可以做到云托管。我们现在做的云托管项目里，有 40%左右都是从社区客户。

目前云托管业务的针对不同规模客户的开展逻辑是：（1）中小型客户，如果规模小于 100 条车道，客户自建坐席是不划算的，所以针对这些客户，采取整个云托管从平台、到线上服务、到坐席全是托管到捷顺这里。（2）有一定规模的客户，比方有些大的地产集团等，它的规模可以支撑自己来建坐席，我们就支持客户自建坐席，我们负责提供设备、平台和线上服务能力。

总的来讲，云托管业务的适应停车场范围还是相当广泛的，我们认为市场上大部分停车场都是云托管的潜在客户。

5、传统业务和云托管业务存在一定的替代关系，我们目前内部是怎么协调的？考核怎么平衡？

答：是会存在这个问题。从合同规模看，对同一个项目，云托管业务销售的销售额在 5 年的合同周期内相对于单卖硬件放大 4 倍多。但是如果在当期看，因为云托管业务是按月回款算收入的，假如说是今年四季度做的，它只能算两三个月的收入，可能还比不上卖硬件的收入，所以这里面短期会有一个冲击。但对我们来讲，我们还是看长期为主，因为云托管其实把收入放大了，只不过是放在未来的订单里了。所以我们还是会优先重点发展云托管和云化业务。

	<p>6、目前，捷停车业务进展如何？</p> <p>答：捷停车各业务数据继续创新高，截至 2021 年 3 月 31 日，捷停车实现联网停车场近 1.7 万个，线上触达用户突破 4,200 万，日交易笔数突破 180 万笔/天，去年全年交易流水超过 40 亿。特别是捷停车用户数增长比较快，2020 年初是 1,300 万，年底 3,200 万，到目前已经超过 4,000 多万。今年公司原定的用户发展目标是到 6,000 万，目前从增长态势来看，这个目标应该是能超额完成。</p>
<p>附件清单</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2021 年 4 月 26 日</p>