

证券代码：002970

证券简称：锐明技术

深圳市锐明技术股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-003

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			
动类别	<input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动			
	<input checked="" type="checkbox"/> 现场参观			
<input checked="" type="checkbox"/> 其他（机构策略会）				
参与单位名称及人员姓名	单位名称	参会者姓名	单位名称	参会者姓名
	长江证券	于海宁	长江证券	祖圣腾
	民生加银基金	王悦	建信基金	陶灿
	华夏基金	张千洋	华夏基金	杨宇
	工银瑞信	李劭钊	宏利基金	徐雨楠
	宏利基金	王鹏	宏利基金	孙硕
	华商基金	刘力	中邮基金	曹思
	国寿养老	徐宝龙	长江证券	牛大海
	天风证券	张若凡	天风证券	繆欣君
	东方阿尔法基金	程子晴	海通证券	杨林
	海通证券	夏思寒	金元资管	杨家霏
	红土创新基金	汪国瑞	深圳共同基金	袁彩琳
	恒大人寿	魏大千	景顺长城基金	朱立文
	红塔红土基金	黎东升	汇丰晋信	李迪心
	富国基金	蒲梦洁	华安基金	宁柯瑜
	农银汇理	邢军亮	农银汇理	左腾飞
	农银汇理	周叙瑞	交银施罗德	杨浩
	交银施罗德	郭斐	交银施罗德	高阳
	华泰柏瑞基金	王萃	湘财基金	房天浩
	湘财基金	车广路	湘财基金	明丽芳
	中银基金	李思佳	聚鸣资产	胥本涛
	东方资管	张明宇	浦银安盛	范军
	泰信基金	黄睿东	天治基金	陈付佳
	德邦基金	陆阳	诺德基金	孙小明
	百年保险资管	蒋捷	华安基金	宁柯瑜
	诺安基金	蒋澍	百年保险资管	蒋捷
	长安基金	崔甲子	上银基金	惠军
	中海基金	俞峥	运舟	侯子超
	兴业银行资管	江耀堃	歌汝私募	张超
	博鸿投资	李俐慧	国华人寿	陈图南
	太平养老	赵琦	诺德基金	曾文宏

	华富基金	瞿伟	太平养老	赵琦
	国华人寿	陈图南	兴业证券	陈鑫
	景顺长城	江磊	景顺长城	董晗
	中信建投	汪洁	宝盈基金	容志能
	生命保险资产	唐航	睿远基金	刘平
	中信建投	欧阳子彦	中信建投	刘永旭
	长城基金	付晓钦		
时间	2023年5月19日—6月21日			
地点	公司、线上			
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书：孙英 证券事务专员：龚晓涵			
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、一季度的业绩情况有所好转，是项目延期落地所致还是市场已经逐渐有所复苏？ 两种情况都有，特别是新的项目涌现和来源于下游用户需求的增加，同比去年同期感觉市场在明显的回暖。</p> <p>2、传统业务和创新业务的营收占比情况分别是怎么样的？ 公司目前绝大部分营收还是来源于公交、出租、校车、货运等传统业务，特别是公司在各个行业线上加持了人工智能技术的应用后，一定程度上拓宽了传统业务的应用广度和宽度，今年这几个行业线的收入均出现了较大的增长；创新业务现还处于刚起步的阶段，目前营收额较小，但市场空间较大，且市场渗透率相对还比较低，未来的营收空间较大。比如，去年全年公司的创新业务只有不到 900 万的收入额，但今年一季度已经超过了 900 万。持续创新及研发持续投入是公司核心战略之一，且以落地实现收入为目标，阶段性的创新业务落地，一定程度上为公司未来业务的增长打开了一定的市场空间。</p> <p>3、今年一季度公司的三项费用在下降，同比 21 年人员数量也在下降，今年还在持续的进行人员优化，在人员减少、收入增长、且在不断拓展海外市场版图的情况下，人员的减少会不会影响今年业务的整体开展及布局？今年的人员规划同去年相比大概的状况？ 确实是，公司三级研发架构的落地，有效提高了研发效率，加上去年持续不断的人员优化及人才换档等降本增效措施，今年三项费用的降幅比较明显。今年应该是公司业务恢复性增长的第一年，一季度的收入及归母净利润同比都有不同程度的增长。</p> <p>海外是个价值市场，整体上信用环境良好，今年感觉国内及海外的市场需求都有不同程度的回暖。相比国内，海外平均毛利率水平较好，某种程度上海外收入已经成为公司的基石业务，有计划的增加海外本地化人员数量、继续拓展海外市场是公司今年的战略方向之一。</p> <p>在研发端，随着公司三级研发架构的成功落地，人员效率提升效果正逐步显现，目前在人员数量同比下降、研发业务需求增加等情况下，研发目标任务仍能按时完成；同时，通过三级研发架构的不断深入，公司也将部分应用定制能力开放给核心合作伙伴，通过双方分层合作开发等方式，进一步提高公司的开发效率和交付能力。</p> <p>在营销端，通过减员增效、业务流程整合及优化等，今年一季度虽然国内、海外收入同比增长较大，但在人员规模下降的情况下，目标任务的完成未受到制约。</p> <p>现各个部门都在进行业务流程优化、固化等相关工作，在人员相对控制的情况下，各业务开展并未受到制约。今年整体上的人员规划，将视业务开展及增速情况会有所调整，但人员规模不会有显著增长。在持</p>			

持续提升基础支撑能力的基础上，降本增效、流程优化等工作将是公司在经营过程中的重要管理事项之一。

4、最近两年业务增长的主要市场及增长逻辑？

如按区域划分，就 2022 年度的数据来看，公司超 55%的主营业务收入来自海外，今年一季度，海外收入同比增长超过 55%。目前海外业务的开展相对前期来讲较为顺利，未来海外市场仍是公司重点拓展的市场之一；如按行业划分，公交、校车、出租及货运等行业都有不同程度的增长，特别是公司不断拓展的海外货运业务，一定程度上为公司打开了海外营收的市场空间。根据 2020 年相关机构发布的统计数据，包含轻卡在内的全球货车保有量超过一亿多辆，其中重卡车占比超过 60%，货运行业未来空间巨大。

关于增长逻辑，经公司研究整理，三大因素推动了公司业务的进一步发展及增长：

一是政策推动带来的增长，主要是国内各地政府不断出台的相关行业政策，如新国标、公务用车新能源化要求等，这对公司的持续发展及业务增长有一定的促进作用，政策推动可加速国内业务的增长；2022 年 7 月欧标发布并要求 2024 年 7 月强制实施（主要是 9 级疲劳驾驶监测、俯视侧盲及前盲监测、车道偏离监测等），该政策的出台，为海外货运、公交业务的进一步增长打开了市场空间；

二是人工智能、大数据等技术进步带来的需求推动，包括由此带来应用场景的拓宽和深入，加速了公司的业务增长。公司坚持长期主义，其中之一即是长期坚持研发高投入，公司通过不断的进行新产品、新行业应用的深度挖掘及持续创新研究，除了可以提高公司产品市场竞争力，还可以进一步拓宽公司的销售领域及应用场景。技术进步带来的需求推动，是公司近几年业务增长的重要动力之一；

三是刚性需求推动的公司业务增长。各种商用车辆的运营企业，出于安全管理、效率提升、成本控制等刚性需求，对公司的产品及解决方案非常认可，因公司产品或解决方案可以有效解决诸如车辆右侧盲区智能分析监测、帮助司机进行辅助驾驶、安全合规驾驶等，可提高车辆的驾驶安全、道路运营安全及提高运输企业的运营效率。公司所处的商用车赛道，随着车辆运营五至八年需更新换代等要求，行业渗透率相对来讲是动态变化的，且目前都比较低。特别是 2019 年海外才开启商用车行业化需求之路，目前仅有公交车、出租车、校车及货运车等几种商用车辆在少数几个国家及地区进行了业务布局，但行业渗透率整体上都不高，待拓展的市场空间较大。公司会继续加大在海外市场的业务布局，海外未来的增长空间巨大。

5、公司业务主要在商用车领域，乘用车是个庞大的市场，公司是否有进军乘用车市场的规划？

公司深耕商用车市场近二十年，目前已拓展出公交、出租、校车、货运等多个行业基于运营安全及智能化、数字化的综合解决方案。各个商用车的智能化解决方案，能有效解决多种商用车辆自身面临的多种监管难题，如出租车的绕路、计程计价不准、失物招领难、盲区致人伤亡事件多、非合法司机上车运营等。目前全球商用车数量过亿、专业司机数量多达几亿人，在这个庞大的市场容量下，公司业务还未能实现全覆盖。我们认为商用车领域自身的发展空间还足够广阔，还有许多新的应用场景急待被挖掘和解决。

近几年，公司每年投入的研发经费约占销售收入的 16%左右，我们在不断探索更多的应用商机，比如公司在环卫、轨交、警用等业务上进行的深度研发，推出的创新产品实现的收入已有个位数的销售占比，如今年一季度的创新收入，虽仅有 900 多万，但已经超过去年全年的创新收入总额。公司近几年一直都在做新的创新业务尝试，如公司研制成功

的 AEBS 业务已经在深圳出租项目上落地、L4 级别的低速自动驾驶清扫车业务，已在国内一二线的几个城市试点落地。未来，创新业务给公司带来的收入还是值得期待的。

此外，商用车市场和乘用车市场有所不同，乘用车市场主要是面对终端用户的市场，生产的产品标准化程度较高，标准化意味着同质化，同质化意味着高强度的市场竞争，而商用车市场在不同的场景下会有不同的业务需求，场景差异化导致产品定制化程度较高，锐明在产品定制化和满足客户需求上做的比较好。2020 年，根据 Omdia 发布的全球车载监控报告，锐明以 12% 的市场份额位列全球第一；根据 2021 年 Berg Insight 报告，锐明在车队视频管理系统（video telematics）市场份额排名全球第一。同时，商用车和乘用车两赛道相关技术虽多有相通性，但也不是通过简单技术平移即可实现快速无缝对接的切换，需在充分的调研基础上，进行相应的技术调整和市场拓展。比如公司正在研发的电子后视镜（CMS）产品，当前主要是以商用车场景为主，但是商用车的电子后视镜从软件、硬件甚至 AI 算法等各个维度均具备很高的通用性，所以商用车的电子后视镜产品可以经过技术改进和迭代后应用到乘用车市场。

目前，我们在乘用车市场尚处于探索调研阶段，公司业务现仍以商用车为主，但随着业务拓展，未来不排除会进入乘用车市场的可能性。

6、公司有哪些独特的竞争优势？

公司是以人工智能及视频技术为核心的商用车安全及行业信息化解决方案提供商，致力于在商用车领域为客户及用户提供有价值的产品及解决方案。

公司的核心竞争优势主要包括以下几点：

首先是坚持长期主义战略，持续研发高投入，产品线完备且定制化解决方案能力较强。公司经过二十几年的发展及在车载行业的深耕细作，公司对多种商用车辆在运营过程中的行业监管难点、痛点理解更加深刻，近几年投入到研发的资金约占销售收入的 16% 左右，高额的投入，带来了较好的回报。目前公司在公交、出租、两客一危、校车、货运等多种商用车辆上，已经研发出基于安全及帮助运营企业提高运营效率的多种商用车智能化解决方案，产品线比较完备，面对各种商用车辆碎片化的需求，公司定制化解决方案能力较强；目前公司的相关产品及解决方案，基本上全部应用了 AI 技术，一定程度上助力公司打开了更加广阔的市场空间；同时，三级研发架构的成功落地，提高了研发效率及研发质量，而人工智能大模型等系列新技术，在公司相关产品的应用则为公司未来的发展提供了新的空间和独特的竞争力；

其次，公司有比较完备的营销、售后及质量管理体系。公司目前有国内及海外两大营销中心，在产品线、营销及技服的“铁三角”运营模式下，打单能力得到了提升，特别是公司的国际化营销道路取得了一定进展。目前，公司产品已远销海外一百多个国家及地区，市场影响力在进一步提升。海外营收 2019 年只占主营业务收入的 35% 左右，而 2023 年一季度已接近 65%。公司产品有良好的品质保障、较强的技术含量及较高的性价比，助力公司国内及海外业务强劲增长。今年一季度，国内收入同比增长约 25%，海外同比增长约 56%；

第三，公司的智能制造能力在持续加强。公司目前在深圳东莞及越南北宁分别建有完整的自动化生产线、装配线及智能化程度较高的存货管理系统，可分别向全球供应相关产品及解决方案。持续智能化制造投入，使公司的生产周期从建厂初期的两个月缩短至最快的两至三天，平均生产周期一般在 13 天左右。快速、高质量的交付，极大的提高了客户满意度，为公司赢得了客户信赖，助力公司提高赢单率。

公司在研发、营销及制造体系一直持续投入，以确保公司稳健、高

	<p>质量的长期发展。</p> <p>7、今年一季度的海外销售和毛利率同比增长不少，是否具有可持续性？</p> <p>2022 年度，公司毛利率同比提升 2.4 个百分点，今年一季度同比提升 12.1 个百分点。今年是公司业务恢复性增长的第一年，我们对毛利率回升、业务回升等都比较有信心和决心。公司毛利率的提升，主要得益于以下几点：</p> <p>一是持续的研发高投入，不断进行相关功能的研发迭代及创新，持续拓展公司产品的应用场景，提高了公司产品的市场竞争力；在保证产品质量的同时，通过研发设计方案的优化、材料通用程度增加；同时与战略合作供应商就中长期关键材料进行价格机制优化，较大程度上减少了产品成本波动，增加了可预期性，一定程度上降低了产品成本；</p> <p>二是毛利率较高的海外收入占比持续提高（2019 年海外收入只占主营业务收入的 35%左右，而今年一季度已提高至 65%左右），一定程度上拉高了公司的平均毛利率（海外毛利率去年底已回升至 50%以上的常规水平）；</p> <p>三是美元汇率的波动有利于公司的出口业务，一定程度上对公司毛利率的提升有帮助，但这并不是主要影响因素；</p> <p>四是公司生产环节良品率的持续提高，对毛利率提升有帮助。</p> <p>以上的第一点、第二点及第四点，是保障公司毛利率提升的关键性因素，也是公司常年坚持的策略之一，特别是公司在研发上坚持的高投入长期主义战略，对毛利率的持续提升奠定了一定基础。</p> <p>8，公司在人工智能领域的投入情况和进展情况怎么样？</p> <p>公司每年在人工智能领域的投入超过几千万，人工智能研发团队的在职人员最多时近 100 多人，具体情况总结如下：</p> <p>（1）车端的 AI 算法，包括 ADAS、DMS、BSD、AVM 等，这是公司一直坚持长期投入的领域，研发出的 ADAS、DMS 等多种安全套件已实现了批量销售，且准确率较高，公司的车端安全相关算法在业界应该处于领先水平，公司 AI 技术及其应用落地，是我们产品毛利率持续提升的重要因素之一。</p> <p>（2）L2 和 L4 自动驾驶，从 2021 年开始，我们开始从车端 AI 算法自动驾驶领域拓展，经过两年多的研发投入，目前我们以 AEBS 为代表的 L2/L2+自动驾驶方案已经成熟并在国内出租领域实现规模商用，公交的 AEBS 正在落地中。同时我们研制的 L4 低速自动驾驶解决方案（主要是封闭及半封闭场景的自动清扫车作业），已在国内一二线的几个城市试点落地，示范应用模式已开启。</p> <p>（3）AI 大模型，公司在云端 AI 和 AI 大模型投入快两年时间，目前在安全大模型应用领域取得一定的进展，全球多个地区的客户已经开始试用，同时已有一万多台的货运项目落地。AI 安全大模型一方面可帮助司机驾驶更安全，可有效降低交通事故率，另外一方面可以更好的帮助我们的客户实现其商业价值。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2023 年 6 月 25 日</p>