

证券代码：002803

证券简称：吉宏股份

厦门吉宏科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：20230831

<p>投资者关系 活动类别</p>	<p><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 checked="" 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 type="checkbox"/>其他（请文字说明其他活动内容）</p>
<p>活动参与人员</p>	<p>董事会秘书：朱瑶 财务总监：吴明贵 百年保险资产管理有限责任公司 王文心 景顺长城基金管理有限公司 李南西 兴业基金管理有限公司 朱宇轩 开源证券 黄泽鹏 杨柏炜 凯丰投资 范慧华 国泰君安证券 陈笑 刘越男 赵国振 长城证券股份有限公司 蔡航 南方基金管理股份有限公司 任婧 财通证券股份有限公司 王瑾瑜 国泰基金管理有限公司 智健 五矿证券有限公司 王威 建信信托有限责任公司 常馨月 华西证券 许光辉 申万证券 张文静</p>
<p>时间</p>	<p>2023年8月31日</p>
<p>地点</p>	<p>公司会议室</p>
<p>形式</p>	<p>线上交流</p>

交流内容及
具体问答记录

董事会秘书朱瑶先生对公司 2023 年半年度业绩情况作简单介绍。

一、公司介绍及 2023 年度半年度业绩情况说明

公司是一家以“数据为轴、技术驱动”的技术创新企业，公司持续深耕 ToC 端-精准营销跨境社交电商业务、稳健发展 ToB 端-为快消品龙头客户提供全案营销设计包装服务业务，目前公司已成为 RCEP 协议地区跨境社交电商龙头企业，并位列“2022 中国印刷包装企业 100 强”第五名。

报告期内，公司实现营业收入 314,419.92 万元，同比增长 19.95%，实现归属于上市公司股东的净利润 18,945.02 万元，同比增长 64.30%，实现扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润 17,624.52 万元，同比增长 72.42%。

报告期内，公司主营业务发展及其他损益概述：

（一）主营业务发展概况

1、报告期内，公司跨境电商实现营业收入 201,910.39 万元，同比增长 39.50%，实现归属于上市公司股东的净利润 16,121.50 万元，同比增长 111.06%；

2、报告期内，国内消费市场恢复不及预期及价格下降导致公司包装业务收入规模有所减少，报告期内实现营业收入 98,965.48 万元，同比下降 2.23%，但公司持续践行集团精益管理及数字化赋能业务体系战略已见成效，精益管理效能、运营效率和盈利能力不断提升，在营收规模下降情况下，公司包装业务利润仍实现归属于上市公司股东的净利润 5,984.63 万元，同比增长 23.76%。

（二）新业务发展及其他损益概况

新业务的探索及优化产业链布局始终贯穿公司长期发展主线，报告期内，公司在深耕包装和跨境电商主业的基础上积极探索创新业务发展模式，持续投入包括资金、资源、渠道等践行跨境电商 SaaS 服务平台战略和电商品牌建设战略，有效赋能主业的同时积极探索新的利润增长点。

1、报告期内，公司持续投入跨境电商 SaaS 服务平台，目前平台尚处于推广和免费试用期，影响归母净利润-369.04 万元，经营性亏损持续收窄。

2、公司在 2022 年实施第三期员工持股计划，报告期内股份支付摊销金额 937.88 万元，影响净利润-937.88 万元；

3、公司对外投资厦门海晟融创信息技术有限公司等参股公司在报告期内业绩亏损，公司确认投资损益-1,025.43 万元。

（三）跨境电商业务实现经营业绩增长的主要原因

报告期内公司跨境电商业务实现经营业绩增长的主要原因有：公司跨境电商主要销售区域 RCEP 协议地区消费市场延续复苏态势，消费者

购买力进一步提升，与此同时公司长期坚持“数据为轴，技术驱动”的理念，自 2017 年布局跨境电商业务以来，累计投入超 1.5 亿人民币的研发费用持续迭代自主研发的跨境社交电商运营管理系统，目前已经迭代到第三代的 Giikin3.0，对公司跨境电商业务的长期可持续发展奠定了坚实的智能化系统基础和积累了丰富的跨境社交电商数据及素材资产。报告期内，公司借助 AI、ChatGPT 等创新前沿技术融合跨境社交电商应用场景，持续优化跨境社交电商业务环节中包括智能选品、智能设计与素材生成、智能广告投放、智能翻译、智能客服等社交电商全链路系统及智能化功能，实现了降本增效的积极作用，具体情况如下：

(1) 在优化智能选品功能方面，借助公司积累多年的商品标准数据资源，公司在 Transformer 基础上自主研发电商文本垂类模型 ChatGiiKin-6B，不仅可以时时对商品标签体系数据进行训练和丰富，帮助选品优化模型在线路、平台、时间、商品特征四个主要维度进行选品决策，进一步提升规模化选品的效率和选品质量，还可以通过不同的提示词，由系统调用 ChatGPT 自动生成不同商品标题、关键词和商品描述，辅助选品师快速梳理商品卖点并自动化生成匹配的广告文案，提升选品师的工作效率，并且系统自动生成的广告文案在文本逻辑、文本丰富度、语言准确性方面已超过公司选品人员的平均水平，对公司商品广告的文本质量及转化效率起到了积极作用，截至报告期末，电商文本垂类模型 ChatGiiKin-6B 已累计帮助公司上架新品 10 万+，帮助公司选品师在选品决策、商品卖点梳理及广告文案输出方面的效率同比提升 95%。

(2) 在优化智能广告投放功能方面，公司跨境社交电商运营管理系统与 Facebook、TikTok、Google 等多个社交网络平台的广告系统全面打通，并推出吉客印 AI 智能投放助手（简称“G-king”），G-king 擅长根据历史数据及实时广告效果数据进行机器自主学习进而生成广告投放建议，深度赋能每位优化师。G-king 不仅能够基于积累的线路用户兴趣数据，搭建文本聚类算法，在进行聚类与挖掘后为用户推荐线路上的热门商品，并且结合用户标签、商品标签以及商品关系体系，智能推荐用户潜在所需商品，并利用自主研发的热销推荐、组合推荐、商品推荐等功能提升广告转化率和客单价；G-king 还支持一键投放多个社交平台，减少优化师在广告投放流程中简单重复性的广告操作时间，时时反馈广告投放中的经营数据并智能化推荐出更合理的广告投放建议，辅助优化师作出增减广告投放预算、关停广告等投放决策，避免优化师因没时间查看或忘记查看广告投放效果或明显错误操作广告投放带来的损失，目前 G-king 帮助优化师平均减少了约 3.62%的无效广告预算，帮助公司优化师在多平台广告投放操作流程、广告投放方面的工作效率同比提升超 50%。

(3) 在优化智能设计与素材生成、智能翻译功能方面，借助公司积

累多年的商品图文/短视频素材资源，公司推出电商智能设计与素材生成垂类模型 GiiAI，GiiAI 不仅能智能收集和参考关联商品相关的图文/视频素材内容，极大丰富公司商品广告视频素材的广告创意，还通过建立视频生成模型，自动捕捉与识别基础视频内容并将多段基础视频素材快速优化生成为新的视频素材，并且生成过程中时时智能翻译视频中的文本内容，最终向设计师推荐最佳视频素材，设计师还可在此基础上，调用不同视频素材组合通过 GiiAI 裂变出新的短视频广告素材，设计师再在此基础上进行人工优化，极大的丰富了公司视频广告素材内容和提高了设计师日常工作效率，截至目前 GiiAI 已累计帮助公司获得图文/视频素材 5 万+，帮助公司设计师在素材设计、短视频剪辑方面效率同比提升 40%，帮助公司小语种翻译团队在视频素材内容翻译工作同比提升 90%。

(4) 在优化智能客服方面，公司跨境社交电商运营管理系统接入 ChatGPT 持续优化智能客服功能，ChatGPT 已经累计接手客户商品咨询、客户闲聊 30 万+，累计节省客服 5,000 人次工时，ChatGPT 凭借其高效的意图识别能力，为客服业务的高效开展发挥显著的作用。

二、投资者提问

问题 1：公司目前主要销售哪几个区域？今年是否有拓展新区域？

回复：目前公司跨境电商主要覆盖东南亚地区、日本和韩国、中国台湾和中国香港等 RCEP 协议地区以及中东等区域，今年正在拓展欧洲市场，目前进展顺利。

问题 2：公司目前 saas 服务平台推广有何进展？

回复：为了助力中国跨境卖家卖货全球，公司复刻自身“独立站+社交媒体”的跨境社交电商成功经验，借助长期积累的精准营销数据及完善的跨境电商运营管理系统优势，累计投入研发费用 6,000 余万元打造吉喏云跨境电商 SaaS 服务平台，去年年底已成功上线公测，现平台处于有序运行和推广期。

在平台推广策略上，目前公司采取以服务具有成熟供应链基础的地方特色产业带和具备平台型跨境电商运营经验的地方跨境电商产业园为主的推广策略，致力于构建出产业带、跨境电商产业园、中小卖家三位一体的 SaaS 服务平台成熟生态，目前已与多个地方产业带和跨境电商产业园等优质客户达成战略合作。近期公司连续与厦门市金砖创新基地办公室共同举办“金砖国家全球跨境电商人才线上培训”及“跨境数字营销品牌与产品出海人才研修班”系列直播活动，直播活动覆盖美国、日本、新加坡在内的 53 个国家，境外累计观看人数突破 70 万人次；公司与多家高校达成产学研合作，系列官方活动对吉喏云 SaaS 服务平台的行业影响力有较大提升。2023 年上半年，公司 SaaS 服务平台的经营性

	<p>亏损持续收窄，未来也将继续保持现有的平台推广力度，力争早日对公司业绩有较大的贡献。</p> <p>问题 3：品牌业务的发展情况如何？</p> <p>回复：目前公司旗下有内衣品牌 Veimia、电动自行车品牌 Senadabikes、吉宏百福等电商品牌，目前发展均比较正向，比如 Veimia、Senadabikes 等海外品牌已实现正向盈利，为了加速品牌孵化，2022 年 11 月，公司在深圳成立吉客拓品牌公司，立足公司选品数据优势及社交电商广告投流优势，紧锣密鼓塑造海外垂类电商品牌，公司也将力争尽快孵化出更多盈利的细分电商品牌，形成品牌矩阵，以提升经营业绩。</p> <p>问题 4：未来公司有怎样的发展规划？</p> <p>回复：关于未来发展规划，一方面，公司本身社交电商模式仍具有很强生命力，公司将持续深耕跨境社交电商业务，保持现有头部跨境电商企业的技术优势和技术护城河；另一方面，据部分行业报告显示，东南亚地区除新加坡外其他国家电商渗透率不足 5%，相比国内 30% 多的渗透率和美国 20% 多的渗透率，还有比较大的增量空间，东南亚高速增长的 GDP 和人口红利确定性比较强，公司将在持续深耕东南亚等强势区域的情况下，逐步开展其他区域拓展，目前已开始拓展欧洲市场，进展顺利。其次，公司也将积极延伸产业链战略布局，比如持续践行电商品牌战略、加快推进跨境电商 SaaS 服务平台战略，以促进公司业绩长效增长。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>本次活动不涉及应披露的重大信息</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有）</p>	<p>无</p>