

证券代码：300826

证券简称：测绘股份

南京市测绘勘察研究院股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2023-018

| | |
|---------------|---|
| 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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 富国基金、民生证券、招商基金、彤源投资、青骊投资、华鑫证券 |
| 时间 | 2023年10月11日 |
| 地点/方式 | 上海/线下 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事会秘书：陈翀 证券事务代表：吴子刚 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>一、总体情况介绍</p> <p>公司2020年4月在深圳证券交易所上市，上市3年来，公司作为专业的地理信息技术服务提供商，主营业务聚焦地理信息领域，主要利用时空信息的现代专业测勘方法、先进的数据处理技术以及信息化技术，为建设工程、城市精细化及智能化管理、空间位置信息的行业应用提供包括地理信息数据采集、加工处理、集成服务等在内的专业技术服务。</p> <p>二、问答环节</p> <p>1. 公司向客户交付的产品形式主要是什么？产品周期大约是多少时间？公司新型业务的来源是什么？公司今年接受政府订单情况如何？</p> <p>答：公司目前大多数产品形式是在项目制的基础上，按照相关技术标准和不同合同要求以纸质图纸、电子数据、数据库和信息化集成平台等方式交付客户。随着公司“三维数字底座”平台的推出，未来公司将逐渐由项目制向产品制过渡。</p> |

公司项目周期因项目类型而有所不同，公司新型业务的来源一是由公司传统业务的延展和客户需求的进阶延伸出的信息化业务，二是随着国家对城市管理、城市治理的深入带来的如城市生命线安全线、实景三维等多专业融合的智慧城市类项目。今年公司来自于政府订单较为稳定。

2. 公司数据要素类的产品未来会以何种形式呈现，哪些会成为公司此类产品的客户？公司在信息化转型过程中对客户结构带来的影响是什么？公司已有信息化产品在省外哪些地方进行了项目推广？

答：公司认为将基础数据深加工后的高质量丰富数据与具体业务场景融合，通过数据交易、流通等手段达到让数据产品社会化配置是数据要素产品的重要表现形式。例如公司的 InSAR 技术团队对南京地铁红线附近大型市政基础设施和地面构筑物进行了大范围、高精度、持续快速的形变安全排查并形成监测研究报告类产品，这类产品对于地铁运营公司、交通主管部门、规划部门以及地铁沿线建设施工单位都有应用价值，他们都可以成为这类数据产品的潜在客户。

公司目前的主要客户以政府和各类企事业单位为主，也就是俗称的“ToG”和“ToB”业务。近年来，随着各类企事业单位对于信息化业务的需求量持续上升，公司努力拓展“ToB”业务。公司参与了一些大型企业的厂区、园区信息化搭建业务，收到了客户的好评，未来也将把此类成功经验向其他市场区域推广。

公司打造的“智慧水务”、“智慧园林”等信息化产品已经在杭州、厦门等省外重点城市逐步落地。

3. 公司信息化专业板块是以哪个部分为主体？目标和定位是什么？

答：公司信息化专业板块是以全资子公司江苏舆图信息科技有限公司为主体实施的。公司信息化发展将紧扣数字经济、新基建、互联网+、智能+的发展热点和发展趋势，构建“GIS 数据+信息化服务”，以产品化为目标，以公司优势专业为基础，实现信息化产品驱动(提升)测勘业务并进的发展模式稳步探索新领域和新业务，在产品化过程中探索信息化产品驱动测勘业务的新模式和新路径。

4. 公司上市以来股东结构有无变化？

答：公司上市伊始是自然人股东人数较多，这与发行人股东原有结构有关。随着公司与投资者的交流的深入，越来越多的投资者开始对公司的价值有了初步的了解和认识。目前公司股东结构中包含自然人股东和机构股东，我们会持续加强投资者关系管理工作，让市场和投资者更加了解公司、认识公司价值。

| | |
|----------|--|
| | <p>5. 公司省外市场布局和发展思路是怎样的？</p> <p>答：公司在全国部分一、二线城市设立了分支机构，目前主要集中在长三角和大湾区的重点城市，同时在郑州、成都、武汉等地也有布局。作为公司对外的拓展窗口，这些子、分公司主要职能在于对外宣传、承接业务、拓展业务渠道、把公司优势产品和技术对外输出，扩大品牌影响力。在省外市场进行拓展时，我们坚持数据增值方向和差异化竞争是拓展外部市场的重要手段和机遇，通过联合当地资源优势企业共同开拓增量市场份额、共同成长。</p> |
| 附件清单(如有) | 无 |
| 日期 | 2023 年 10 月 11 日 |