

证券代码：301275

证券简称：汉朔科技

汉朔科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-001

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 _____
参与单位名称及人员姓名	中金公司 朱镜榆、李诗雯、李澄宁 民生证券 吕伟、白青瑞 中信证券 潘儒琛、朱珏琦、韩林轩 华西证券 陈天然、单慧伟 中信建投证券 何昱灵、应瑛、樊文辉 国信证券 库宏垚 开源证券 刘逍遥 招商证券 秦勉 申万宏源 徐平平、袁航 国金证券 孙恺祈、孟灿 浙商证券 宋伟、王凌涛 国泰海通 朱瑶 东财证券 罗云扬

	华安证券	李元晨
	华福证券	王鑫昉
	中邮证券	丁子惠
	广发基金	姚铁睿
	博时基金	李帅
	摩根士丹利华鑫基金	李子扬
	富国基金	蒲梦洁
	南方基金	王天瑜
	西部利得基金	张昭君、温震宇
	兴业基金	胡宸睿
	中信保诚基金	孙浩中
	民生加银基金	于玲
	兴证资管	陈新华
	天弘基金	田继龙
	安信基金	何宇涵
	东方红资产管理	秦绪文
	工银瑞信	夏雨
	建信基金	刘志威
	新华基金	张帅
	泓德基金	董肖俊
	中金基金	侯明威
	中金资管	艾柯达

	中信资管 万瑞钦
	中信建投基金 赵坚
	嘉世基金 李其东
	创金合信基金 周志敏
	中海基金 俞忠华
	华泰保险 郑金镇
	太保资产 赵洋
	华宝信托 顾宝成
	农业银行 周志鹏
	长江资管 吴畏
	中信期货 魏巍
	惠升基金 彭柏文
	东兴基金 周昊
	荷荷基金 张兴飞
	中庚基金 王震
	东方阿尔法基金 梁少文
	淳厚基金 钟臻
	New Silk Road Investment Shan Rui
	Horizon China Master Fund Li Shengnong
	ZY Investment 张萍
	Town Square Investment Bai Nan
	BNP Paribas AM 王国光

	Fullerton Fund Management Liu Hong Sequoia Capital 闫慧辰 循远资产 田超平 鼎锋资产 王小刚 丹羿投资 陈宇 元兹投资 黄颖峰 兆天投资 蔡仁飞 雷钧资产 李武跃 尚诚资管 黄向前 聚鸣投资 惠博闻 名禹资产 王友红 开弦资本 卫强 顶天投资 张津源 泰旻资产 骆华森 彩霞湾投资 刘丁柯 高信百诺 李广帅、王亮 神农投资 齐飞翔 华夏未来资本 丁鑫 汐泰投资 袁淑文 海岸号角基金 刘泽 元太科技 郑又哲
时间	2025 年 4 月 25 日

地点	公司会议室、电话会议
上市公司接待人员姓名	董事、财务负责人 李峰 副总经理、董事会秘书 林长华
投资者关系活动主要内容介绍	公司于 2025 年 4 月 25 日（星期五）在调研活动中，通过线下及线上会议形式向投资机构简要介绍了公司 2024 全年及 2025 年一季度业绩情况并回答投资者问题。 （一）公司经营情况说明 汉朔科技以物联网无线通信技术为核心驱动力，聚焦零售行业数字化转型升级，构建了以电子价签系统、SaaS 云平台服务等软硬件产品及服务为核心的业务体系。公司自主开发了抗干扰能力强、并发量大、超低功耗的高密度低功耗蜂窝无线通信协议，并推动物联网、云计算、大数据、人工智能等创新技术在智慧零售、智慧办公、智能制造等领域的产业化应用。 公司 2024 年实现营收 44.86 亿元，同比增长 18.84%；实现归母净利润 7.10 亿元，同比增长 4.81%；经营活动现金流净额为 10.32 亿元，同比增长 62.29%。 公司 2025 年第一季度实现营收 9.81 亿元，同比增长 0.74%；实现扣非归母净利润 1.65 亿元，同比增长 7.14%；经营活动现金流净额为 9383 万元，同比增长 590.64%。 （二）问答交流环节 问题一：在新的关税常态下，公司未来的发展情况如何？ 答：公司 90%以上业务为出口，主要市场是欧洲、美国、日本、澳洲等。其中，2024 年度美国收入占比不到 10%。电子价签行业供应链主要是中国、东南亚等国家。 问题二：公司毛利率表现比较稳健，但单季度毛利稍有波动，

这是出于什么原因？

答：公司 2023 年、2024 年及 2025 年第一季度的总体毛利率均保持在 30%以上。季度毛利率水平受到汇率波动、部分客户及交付周期等短期因素的影响，存在小幅波动。公司约 60%的营收来自欧洲市场，且相关业务采用欧元结算，因此毛利率受到汇率波动以及不同客户项目差异的影响，存在一定差异。

问题三：公司后续将如何平滑汇率波动对公司利润的扰动？

答：公司 90%的营收来自境外业务，接受的支付币种包括欧元、美元、日元、港币和澳元等。为应对外汇风险，公司实施了长短期结合的收汇方案，短期应收款项通过合理毛利率定价进行锁汇，长期应收款项则采用半年左右的结构性产品锁汇，以稳定收入。

在客户端，公司通过协议约定，当汇率波动超过一定范围时，与大客户重新议价，以避免极端汇率变化对双方利益的影响。

在采购端，公司尽量采用外币结算进行外币采购，以减少汇率波动对公司业务的影响。

问题四：公司在全球电子价签市场中处于头部地位，如何看待偏长期视角下的行业市场格局？

答：未来，市场竞争格局将更加集中，这既是市场竞争的结果，也有客户偏好选择具有大规模交付能力厂商的因素。

公司核心竞争力，如技术创新、服务能力、产品竞争力等，未来仍将为公司发展持续赋能。从全球来看，2020 年以来逐渐向头部集中。

问题五：未来 5-10 年行业的总体增速将在什么水平？

答：根据公开第三方数据，2028 年全球电子价签市场规模预计将达到约 350 亿元，年均增速在 10%以上，头部企业增速有望更

快。

问题六：如何看待行业的增长趋势，公司未来将重点布局什么地区的市场？

答：从市场渗透率来看，目前全球整体渗透率约为 15%。其中，法国是全球市场渗透率最高的国家，达到 30%左右。相比之下，日本、澳大利亚、美国的市场渗透率较低，而中国的市场渗透率更低。在欧洲内部，市场渗透率分布也不均衡。

公司的增长潜力主要来自以下几个方面：首先，随着市场渗透率的提升，增量市场有待行业共同开发；其次，现有客户安装的电子价签将面临更新换代的需求；第三，围绕电子价签客户，公司还将提供 SaaS 和技术服务等软件相关服务；第四，公司近年来持续投入研发新技术在零售场景的应用，目前已积累多项专利和知识产权，同时在购物车、AI 相机等解决方案也有持续投入，部分项目正在落地。

问题七：公司未来将拓展什么新品类产品？

答：公司新产品的开发主要围绕两个方向展开：一是提升门店经营效率，二是改善消费者购物体验。公司目前有多款不同成熟度的解决方案，分别处于研发、落地、POC 验证和交付阶段。

公司一直专注于零售门店的智能化和数字化，软件和硬件都有投入，布局了智能购物车、摄像头、巡检机器人等解决方案。随着科技推动，未来更多 AI 系统会在汉朔产品中结合应用。

问题八：不同客户在通信协议上的选择有哪些方面的考量？公司自主研发的协议具有哪些优势？

答：门店基站和价签之间有两种交互方式，其一是 2.4GHz 私有通信协议，其二是红外通信协议。公司在上市材料中对行业内各公司产品进行了简单的参数对比，主要有功耗、并发量等，汉朔科技产品参数具有一定优势。

问题九：未来产品整体升级是否还会保持 2-3 年为一个周期的节奏？

答：公司过去每 2-3 年会在电子价签系统这一主流产品上进行一次迭代，主要集中在颜色、尺寸、厚度和功耗等技术指标的提
升。除了电子价签系统，公司在其他解决方案上也有布局。

问题十：公司在 AI 应用方面有何布局？

答：公司持续投入 AI，并与大客户进行各方案的对接。比如公司智能购物车，消费者在使用购物车时，能够与智能终端之间产生互动，进行关联推荐与导购。AI 与机器人能够提升门店经营效率、减少人工投入、改善客户消费体验，公司会在各个领域围绕零售场景展开应用。

问题十一：公司对未来在其他地区拓展有何展望？

答：境外市场方面，西欧地区零售业态成熟，市场集中度较高，公司收入主要来源于西欧。在亚太地区，日本是公司过去收入增长较快的区域之一。

境内市场方面，中国是公司的大本营，公司在国内市场也处于领先地位，市场份额在 60%以上。

问题十二：公司在拓展不同地域市场的过程中，公司未来在销售费用和销售方面的投入计划？

答：公司在海外多个国家和地区设立分/子公司，基本覆盖了主要发达国家和地区。接下来或在新加坡、马来西亚和波兰等地增加分/子公司投入。公司主要由自身的销售团队负责大客户，通过代理商服务其他客户。销售团队由从中国派驻的人员、本地具有经验的人员组成。随着大客户的不断积累，销售的人效将不断提升。

问题十三：公司软件和 SaaS 业务面向的客户数量在什么量级，客户规模为大型客户还是中小型客户，客单价在什么水平？

	答：公司在海外市场积极推广 SaaS 服务，大部分海外客户选择在服务期内与公司签订长期服务合同，由公司负责帮助其部署在微软云上，并根据门店的规模收取服务费用，具体金额根据商业谈判确定。 问题十四：未来电子价签及后台管理系统在功能提升方面有怎样的产品战略？ 答：公司的目标是助力零售门店的数字化，电子价签系统只是其中一个大单品。公司已在电子价签领域上取得头部优势，正在布局其他软硬件一体化的解决方案，包括直接研发投入以及与合作伙伴共同投资智能软件和硬件。随着软硬件提供能力的增强，公司计划将电子价签系统与摄像头、巡检机器人、智能购物车等更好地关联起来，从门店全方位角度为客户提供更好的体验，如拣货、巡检、智能定位等，为商超降本增效。 问题十五：公司正在探索新的数字能源解决方案，后续开展中将采用什么商业模式？未来是否有发展目标或规划？ 答：公司客户主要为境外大型商超，对 ESG、绿色能源的需求明确。公司的电子价签系统能够帮助客户节约资源、提高效率。部分客户对于屋顶太阳能光伏板、室内光源利用等存在需求。公司提供商超整体解决方案，能够提供相关产品，因此开展了一些业务。目前该部分业务仍以客户需求驱动为主，正在循序渐进发展。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 4 月 27 日