

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：20250401

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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	民生证券郭新宇，建信理财项爱琳，大摩华鑫基金马子轩，银华基金周晶，华商基金石恺，明华信德基金陈泽良，创金合信基金陈迪，国泰基金智健，金信基金刘榕俊，创富兆业王敏，汇丰晋信基金许晓威，融通基金张文玺，濠沣资本余宙，天辰元信揭鹏炜，肇万资产崔磊，远策投资郭迅。
时间	2025 年 4 月 28 日（星期一）上午 10:00~10:40
地点	深圳市龙华区观盛二路 5 号捷顺科技中心 A 座 23 层
形式	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书王恒波先生、证券事务代表唐琨先生
投资者关系 活动主要内容介绍	一、业绩解读及业务规划 （一）2024 年度业绩解读 1、公司转型取得阶段性成果，创新业务持续增长 在过去几年业务转型发展的基础上，2024 年公司转型取得了阶段性成果，创新业务整体保持较快发展势头，体现在以下几方面： （1）新签订单方面：全年创新业务总计新签合同金额 12.79 亿元，同比增长 44%，创新业务新签合同占总新签订单合同的比例进一步提升至 53%，首次超过了传统智能硬件业务。 （2）收入方面：全年创新业务整体实现营业收入 6.71 亿元，同比增长 18.70%，成为公司业绩的重要增长点。创新业务占公司主营业务收入的比例再创新高，进一步提升到 42.48%。 （3）在手订单方面：截至 2024 年底，公司各项创新业务尚有在手未履行合同订单金额 15.84 亿元，为公司未来的业绩奠定坚实基础。 2、公司基本摆脱对房地产行业的依赖 近几年公司坚持从增量市场到存量市场调整策略，2024 年公司绝大部分的新签订单都是来自于存量项目，基本摆脱了对地产新建项目的依赖。此外，自 2021 年起至 2024 年，针对公司地产大客户等给带来的应收账款风险累计计提坏账合计 2 个多亿，其中 2024 年计提坏账 5,200 万元。到目前，公司基本把地产客户带来的应收账款坏账处理完了，可以轻装上阵。 3、2024 年公司业绩情况说明

	虽然创新业务订单和收入持续保持较高增长，但是受传统硬件业务销售下滑的影响，2024 年公司实现营业收入略降，利润下降幅度比较大，主要原因有以下几点： （1）创新业务新签订单不是都在当年进收入；公司创新业务新签订单规模持续扩大，但是因为公司创新业务一般为 3~5 年运营周期的属性，就决定了当年创新业务的新签订单总额在当年只有一部分能实现销售收入，当年收入贡献少，大部分是给未来几年创造存量订单收入。（2）传统智能硬件业务营业收入和毛利出现了下滑。创新业务的收入增长不足以弥补传统业务下滑的部分，导致整体营业收入出现小幅下降。（3）公司非经损益（投资收益、退税、政府补助等）合计较上年减少 4,300 多万元。（4）2024 年公司大客户坏账计提 5,200 万元。 4、公司现金流持续向好 得益于公司转型的创新业务具备稳定现金流流入的特性，随着创新业务的持续规模化以及公司收入结构的优化，2024 年公司经营性现金流净额 2.18 亿元，继续保持较高的现金流规模。 （二）2025 年 Q1 业绩解读 今年一季度，公司整体呈现比较好的发展势头。一季度新签订单加速增长，整体同比增长 64%，其中创新业务新签订单同比增长 188%。一季度实现营业收入同比增长 27%，其中创新业务实现营业收入占总营收比重进一步提升到 57%。传统智能硬件业务扭转去年下滑的势头，在一季度也实现增长。今年一季度是近些年第一次实现扭亏为盈，也是公司坚持转型发展的呈现，并为公司全年的发展开了个好头。 （三）2025 年业务规划 2025 年，明确将公司业务方向进一步聚焦到“AI+停车经营”战略，提出“重塑新业务，升维新赛道”的年度业务发展策略，全面聚焦包括停车场云托管、车位运营、停车资产经营的在内的停车经营业务，实现创新业务的持续较高的发展速度。 1、全面推广“增收+”模式。面向存量市场，全面推广“增收+”模式，实现为客户真正的增收降本，形成公司差异化的停车经营能力。 2、大力发展“跨品牌电商”模式。在捷停车在已经形成的庞大车主用户群体和捷顺停车场车位业务规模的基础上，跨过车位业务对线下停车设备的限制，使车位增收业务在不限停车场硬件品牌、不更换停车场原有设备、不影响原有临停收入的前提下，都可以实现快速将停车场多余的闲时车位资源打包接入平台，实现运营增收 3、强化“AI+”赋能停车经营。公司将基于 AI 大模型技术，推动 AI 技术在停车行业的应用，重点打造两个顾问服务：为 C 端提供车主停车顾问服务，为 B 端车场经营方打造停车经营顾问。 二、问答环节 1、问：公司的车位增收是如何实现的？一般能给客户带来多大的增收空间？
--	---

	答：捷停车车位增收主要通过以下几方面来实现： （1）错峰停车增收。根据周边的停车需求特点，捷停车将场内空闲时段的车位包装成错峰车位产品，比如：夜间月卡、白天月卡、多次卡、单次卡、半天卡等车位产品，再在捷停车平台上推荐给周边有需求的车主，这些车主就可以在平台上下单，从而提升车场空闲时段的利用率，获得引流增收； （2）月卡代销增收。车场将其月卡产品在捷停车平台上进行上架，利用平台的车主触达能力，帮助车场提升月卡的销量，获得月卡增量增收。 （3）VIP 车位增收。对车位进行改造，通过增加视频、车位锁等设备，把车位打造成 VIP 专位，形成车位服务的差异化。提高车位价格，在捷停车平台上销售给对固定车位、便捷停车有强烈需求的车主客户等等。 一般来说，增收空间因车场所处的位置和周边情况会有差异，根据我们的数据测算，当前大部分停车场可实现 5%~20%左右不等的增收水平。 2、如何理解公司停车经营业务逻辑？毛利率水平如何？ 答：基于公司“停车+”核心战略，依托大数据能力+AI 大模型，构建“云托管+新能源+车位增收+多元合作模式”差异化停车经营能力。停车经营业务分三个层级： 第一层，停车费交易结算，帮停车场提供交易结算服务，业务收益为 6‰交易手续费，该业务毛利在 50%多； 第二层，车位增收代运营（停车交易撮合），实现停车场的数字化和线上化经营，在平台端实现停车场的车位产品线上销售，为车场实现引流增收。业务收益为一般收取撮合车位交易费的 20%作为佣金，该部分毛利相对更高，在 70%以上； 第三层，自运营业务，包括停车券、停车场承包，“先团购、再零售”的模式。该部分业务毛利在 20%左右。 3、问：公司“AI+停车经营”价值体现在哪些方面？ 答：AI 在停车场景中的应用主要体现在两个方面： （1）为 C 端提供车主停车顾问服务。针对车主“找车位、找优惠”两大核心需求，车主在出行前可以通过捷停车移动端使用 AI 服务，咨询高效便捷、省钱的停车+优惠的停车方案。捷停车结合自有的大数据基础+DeepSeek 的实时数据分析能力，提供实时车位智能推荐、优惠停车、动态车位预测与避堵建议等，帮助车主高效停车。 （2）对 B 端车场经营方打造停车经营顾问。捷停车基于自身的停车大数据，通过 DeepSeek 的智能分析能力，深度诊断车场经营趋势，帮助精准定位增长瓶颈。例如，细分收入结构（临停、月卡、充电等），量化收入波动趋势，优化月卡运营和临停收益。同时，智能风控功能识别逃费行为和管理漏洞，量化损失金额，并生成防控策略，提升车场管理效率。此外，通过挖掘增量机会，如新能源充电桩投建决策支持和车位资源动态优化配置，帮助车场激活资源价值，实现可持续增长。 目前，针对 C 端车主的捷停车微信小程序已接入了 DeepSeek，接下来也会在针对 B 端车场管理方的 B 门户经营管理平台接入。
--	--

	4、问：车位电商模式具体是什么模式？ 答：捷停车“车位电商模式”，具体指捷停车在已经形成的庞大车主用户群体和捷顺停车场车位业务规模的基础上，跨过车位业务对线下停车设备的限制，使车位增收业务在不限停车场硬件品牌、不更换停车场原有设备、不影响原有临停收入的前提下，都可以实现快速将停车场多余的闲时车位资源打包接入平台。 车位电商模式的推出，一方面，让非捷顺品牌的车场方可以快速通过简单对接获得车位增收收益；另一方面，也大幅提升车位增收业务的适用性，加快车位业务的线下推广进度。 车位电商模式是公司今年重点推广的业务之一。 5、问：公司停车场云托管业务的进展情况如何？ 答：截至目前，公司停车场云托管业务实现在线托管服务车道数超过1.6万条。去年全年新增上线托管车道3,500多条，继续保持上线车道较快的增长态势，今年目标新增托管车道4,000条以上。同时，云托管业务初期签订的客户逐步开始到了续约阶段，目前云托管到期项目整体保持比较高的续约率。 6、问：捷停车跟地图厂商的合作点及进展？ 答：我们认为，捷停车的优势是基于停车（静态交通）这个场景，拥有场内包括车位、空位、场内地图等诸多信息；而地图厂商是在道路（动态交通）场景具有显著优势。所以捷停车和地图厂商在场景上具有天然的互补关系，双方的具有非常好的合作基础。比如将场内车位信息与地图信息打通，可以为车主提供出行（道路+停车）全链条服务。 目前，捷停车已经和腾讯地图率先展开合作，已经实现捷停车“车位优选”产品上架腾讯地图。腾讯地图的车主用户在腾讯地图上选择目的地停车场时，可以看到捷停车的车位产品。根据自己的需要选择下单，方便用户便捷、优惠停车。接下来还会进一步挖掘如何在地图导航场景共同打造“停车+服务”的业务融合。同时，捷停车也将积极推动与其他地图厂商的合作。
附件清单 (如有)	无
日期	2025 年 04 月 28 日