

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：2025-004

<p>投资者关系活动 类别</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研 <input checked="" 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 type="checkbox"/>路演活动 <input type="checkbox"/>现场参观 <input type="checkbox"/>其他 _____</p>
<p>参与单位名称及人 员姓名</p>	<p>中信证券 韩林轩、王子昂 中信建投 刘乐文 中金公司 朱镜榆 中泰证券 王心悦 招商证券 谌薇、秦勉 民生证券 白青瑞、丁辰晖、谢致远 国元证券 李元晨 国信证券 库宏垚 华西证券 纪向阳、陈天然 华金证券 戴笋笋、李蕙 华福证券 王鑫昉、李昊臻 华创证券 张丽萍</p>

开源证券 刘逍遥

山西证券 张天

上海证券 李心语、颜枫

西部证券 李想

兴证证券 张丹彧

麦高证券 高擷

国泰海通证券 朱瑶、文灿

东方财富证券 马行川

西部利得基金 张昭君、冯皓琪

工银瑞信基金 黄丙延

建信养老基金 李平祝

信达澳亚基金 郭敏

中国民生信托 李曲波

富国基金 蒲梦洁

宝盈基金 李巍宇

兴业基金 刘体劲

青云资产 陆如林

光易投资 夏思宁

裕晋投资 张恒

基石资本 李昀臻

华夏财富 刘春胜

UBS ZhangYin

时间	2025年8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	<p>公司于2025年8月25日（星期一）发布2025年度上半年业绩报告，通过线上会议形式向投资机构简要介绍了公司2025年中期业绩情况并回答投资者问题。</p> <p>（一）公司经营情况说明</p> <p>汉朔科技是知名的门店数字化解决方案供应商，为泛零售领域客户提供以电子价签系统为核心的智慧零售综合解决方案。公司致力于打破线上零售与线下零售的数字鸿沟，基于物联网无线通信技术，通过零售数字化终端产品的应用，提高零售商的运营效率、改善消费者的购物体验、助力零售领域的数字化转型升级。</p> <p>2025年上半年，公司总资产63.45亿元，同比上升22.52%；营业收入为19.74亿元，同比下降6.73%；归属于上市公司股东的净利润2.22亿元，同比下降41.68%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润2.87亿元，同比下降20.40%。</p> <p>（二）问答交流环节</p> <p>问题一：上半年业绩下滑的原因，净利润下滑较多，是什么原因？</p> <p>答：2025年上半年公司业绩有所下降主要有以下原因：</p> <p>1、关税影响原因：美国关税影响了市场主要增长点，美国市场是全球潜力最多的市场区域，上半年关税影响导致客户需求节奏放缓。</p> <p>2、客户订单节奏原因：今年上半年，公司整体业务推进保持稳</p>

定节奏，上半年行业出货量稳步提升，公司部分大客户订单暂未在上半年释放，预计将分阶段在后续季度体现。与此同时，公司持续巩固核心客户的合作，稳步拓展新客户群体，全球项目储备充足，市场布局稳健。整体上，行业趋势保持向好，为后续业务发展奠定坚实基础。

3、毛利率同比下降原因：上半年毛利率为 31.59%（同比下降 5.66 个百分点），主要系新增客户市场竞争、电子价签终端毛利率有所下降所致。

问题二：扣非净利润和净利润的差异主要来自什么因素影响？是否受到汇率影响？毛利率如何，是否受到影响？

答：扣非净利润与净利润差异主要系购买外汇远期合约产生的损失。

毛利率影响方面，由于客户竞争策略等因素，公司毛利率有所下降，但整体毛利率依旧在 30%以上，属于合理区间。

问题三：接下来业绩的能见度，在手大客户情况，业绩趋势如何？

答：公司的市场和客户情况具体如下：

1、新客户开拓方面：欧洲市场需求稳定提升，东欧、南欧、英国需求提升明显；目前公司在北美的市场开拓和客户储备情况良好，北美市场在关税政策明确后将有利于更多潜在客户规划明确的需求节奏；其他市场如日本、澳洲、东南亚、中东、西亚等的渗透率在持续提升中，公司具有较好的客户基础。

2、存量换新方面：自 2017 年开始应用电子价签的客户，预计将于 2026 年进入存量换新的提升期。公司之前的大客户欧尚、Ahold 等目前已陆续进入存量换新期。

问题四：公司的产品布局，有没有新品计划，公司产品如何保持市场竞争力？AI 零售解决方案整体规划于商业化节奏？

答：公司在产品战略方面，坚持技术创新，持续巩固公司电子价签解决方案在行业内的竞争优势，同时积极拓展其他 AIoT 智能硬件及零售门店数字能源管理等业务领域，推动公司零售数字化综合解决方案体系逐渐成熟。

1、电子价签：结合自身对下游需求与行业发展方向的深入理解，公司构建了以高性能物联网无线通信协议为基础的自主核心技术体系。公司电子价签终端凭借其性能、系统通信效率与系统容量等方面的优势，在行业内形成较强竞争力。目前，公司电子价签已从单一的价格标识工具，升级为集门店数字化运营、动态定价等多功能于一体的核心设备，其功能将持续升级，服务客户货架空间管理需求，引领行业发展，构建产品竞争力。

2、其他 AIoT：随着零售转型趋势加深，大型零售客户数字化需求持续升级，除电子价签解决方案以外，其对公司数字化门店的整体解决方案能力也提出了更高要求。公司基于电子价签系统，进一步构建了包含 AI 相机、巡检机器人和智能购物车等在内的完整数字门店解决方案产品组合，该零售数字化综合解决方案有望成为公司未来的业务增长点。

3、零售数字能源：公司基于对零售业态需求场景的深入洞察，为零售行业提供数字化节能管理，赋能客户绿色发展。

问题五：公司的市场策略如何？如何维持持续稳定的增长？

答：公司在市场布局方面，持续深化全球化战略，主要客户多为全球领先的商超品牌，合作周期长，订单规模大，客户粘性强。同时公司重视市场区域的均衡性，在欧洲、北美、澳洲、日本等不同市场均拥有区域头部零售客户。

目前，全球零售行业数字化趋势持续提速，物联网、大数据、人工智能等数字化技术与零售场景深度融合，进一步打通线上线下渠道，实现“人、货、场”的全面升级和重构。

与此同时，北美市场处于渗透率加速提升阶段，主要受益于美国沃尔玛大规模应用电子价签解决方案，对其他零售商超品牌有需求带动作用。欧洲市场正在从西欧向东欧、北欧、南欧、中亚扩展，市场需求稳定增长，业态也扩展至除了商超之外的其他零售商。此外，西欧客户目前正在逐渐进入存量换新周期，共同带动欧洲市场整体需求的稳定性。

问题六：公司在美国市场的展业情况，是否有在手大客户，订单预期及长期影响？

答：公司美国的市场开拓和客户储备情况良好，预计对未来 2-3 年的营业收入有较强支撑。同时，北美市场在关税政策确定性明确后，有利于更多需求及潜在需求客户规划明确的需求节奏，公司也持续开拓更多北美客户。

问题七：国内电子价签发展情况，公司在国内市场的战略规划？

答：国内电子价签解决方案的渗透率低于全球平均值，主要原因包括人工成本较低、线上零售非常发达等。国内多家知名零售客户对于零售数字化的需求较明确，公司作为国内电子价签龙头企业，国内客户丰富，包括物美、华润、胖东来等知名商超，百果园、钱大妈等生鲜连锁，以及潮玩、卡游、3C、咖啡等其他泛零售领域客户。同时公司也与山姆中国门店、奥乐齐中国门店等客户建立了紧密的合作关系，共同推动国内零售行业的数字化转型。根据公司 2024 年年度报告，公司来自国内的营业收入为 2.65 亿元，同比增长 63.58%，国内市场的数字化趋势处于稳步发展态势。

问题八：电子价签解决方案的全球市场情况，主要市场增长前景在哪？

答：2025 年上半年，全球零售数字化需求呈持续增长趋势，以电子价签解决方案为核心的数字化需求持续提升。据 ePaper Insight

	<p>产业数据统计，2025 年上半年全球电子价签（ESL）模组出货量 2.48 亿片，同比增长 56%。该增长包含来自于北美市场，特别是美国沃尔玛的需求。美国沃尔玛作为全球商超龙头，其对电子价签解决方案的大规模应用，在北美乃至全球市场都起到较强的示范效应，带动更多大型零售商加速数字化升级。</p> <p>同时，欧洲区域目前仍为全球的主要市场，其中渗透率较高的西欧地区电子价签的应用从日用百货商超向其他零售业态如服装、家装等延伸；区域上正逐渐从西欧向其他区域如东欧、南欧、北欧、英国等渗透。此外，西欧地区（如法国、荷兰、德国等）已陆续进入存量换新周期。根据 DISCIEN（迪显咨询）数据，预计 2026 年全球出货量中，存量更新需求将达到 20%，2027 年这一比例将提升至 28%。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 8 月 26 日