

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：20260818

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（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	易方达基金管理有限公司 陈达 博时基金管理有限公司 金欣欣 富国基金管理有限公司 胡靓 国泰基金管理有限公司 张则斌、智健 工银瑞信基金管理有限公司 林梦 交银施罗德基金管理有限公司 梁简泓 创金合信基金管理有限公司 郭镇岳、张小郭 汇丰晋信基金管理有限公司 郑小兵 民生加银基金管理有限公司 王晓岩 银河基金管理有限公司 黄思敏 融通基金管理有限公司 李文海 诺安基金管理有限公司 范磊 广发基金管理有限公司 许来乐 招商基金管理有限公司 邓艺 金鹰基金管理有限公司 谭亚兰 西部利得基金管理有限公司 冯皓琪 天治基金管理有限公司 王娟 东方证券 陈笑、刘彦菁、郑紫舟、于佳禾、康成长 中信证券股份有限公司 周雨山、魏巍

	中信资管 何亦啸 财信证券股份有限公司 顾少华 开源证券股份有限公司 刘毅 天风证券 来舒楠 申万宏源证券 杨光 方正证券 廖捷 招商证券 李星馨 东方财富 王越 泰康资产管理有限责任公司 彭俊斌 国新投资有限公司 解静 上海趣时资产管理有限公司 孙方达 杭州乐趣投资管理有限公司 白安迪 上海途灵资产管理有限公司 赵梓峰 上海谦璞投资管理有限公司 汤贝玲 鲸域资产管理(上海)有限公司 周炜炜 上海易正朗投资管理有限公司 黄朝豪 沅京资本管理（北京）有限公司 汤晨晨 上海润义投资管理 陆懿晨 东北证券 易丁依 金坛资本 黄华伟 国金商社 谷亦清 国盛商社 毛弘毅 中信建投 陈如练 西南传媒 苟宇睿、潘妍洁 中泰传媒互联网 田明昊、康雅雯 广发商社 曹敦鑫 广州金控 黄勇 财通证券 杨澜 国泰海通证券 范佳博
时间	2026 年 8 月 18 日 14: 00-15: 00
地点	公司会议室
形式	线上交流
上市公司接	董事会秘书 陆它山

待人员姓名	
交流内容及 具体问答记录	一、公司介绍及 2026 年半年度报告情况说明 作为一家以技术创新、模式创新、数智化赋能为基础的领先企业，2026 年上半年，公司持续坚守创意引领、技术驱动的核心发展战略，稳步夯实跨境社交电商、快消品包装解决方案协同发展格局，构建业绩长期稳健增长双引擎，实现经营质量稳步提升。 2026 年上半年，公司实现营业收入 373,581.70 万元，同比增长 15.53%，实现归属于上市公司股东的净利润 15,774.75 万元，同比增长 33.52%，实现扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润 14,836.50 万元，同比增长 30.98%。其中，公司跨境社交电商业务实现营业收入 245,118.22 万元，同比增长 15.82%，实现归母净利润 10,023.49 万元，同比增长 80.92%，主要系公司持续深耕并拓展东北亚、欧洲等海外市场，及全流程数字化、智能化运营增收增效所致；包装业务实现营业收入 128,283.16 万元，同比增长 15.04%，主要系食品包装等领域主要大客户需求增长所致，实现归母净利润 5,173.24 万元，同比减少 31.62%，主要系原材料价格短期上涨、市场竞争加剧及境内外新建生产基地尚处投入期所致。 二、投资者提问 问题 1：公司跨境电商业务营业收入、净利润增长的原因是什么？ 回复：2026 年上半年，公司跨境电商业务中东北亚、欧美等地区的营业收入持续增长，公司的全球化布局进一步深化，带动跨境电商业务营业收入实现稳健增长；东北亚、欧美等高毛利率地区收入占比提升及 AI 应用带动运营成本降低导致跨境电商业务整体毛利率提升，AI 应用带动广告投放转化率提升、销售费用率下降，共同推动公司跨境电商业务的归母净利润实现超过 80% 的快速增长。 问题 2：公司跨境电商业务在不同地区、业务模式上的布局有什么变化？ 回复：地区角度，公司跨境电商业务从最初的中国台湾、中国香港和东南亚地区逐步拓展，到如今在东北亚、东欧等地已实现业务模式的快速复制，实现地区上的均衡分布。2026 年上半年，东北

亚、欧美、东南亚地区营业收入占比分别超过 45%、30%、10%。

业务模式角度，公司在大力推动社交电商发展的同时，兼顾平台电商与品牌电商业务的发展，实现跨境电商业务多轮驱动。2026 年上半年，公司泛品电商（含社交、平台电商）业务营业收入实现超过 10%的稳健增长，品牌电商业务营业收入实现接近 90%的高速增长。

问题 3：AI 技术在公司跨境电商业务上落地进展如何，应用成果是否已经能够体现在财务数据中？

回复：公司自 2017 年开始布局 AI 算法，自主研发跨境社交电商运营管理系统并持续更新迭代“Giikin AI+”平台，并与谷歌 Gemini、阿里千问等多模型融合。“Giikin AI+”平台作为公司跨境社交电商业务的智慧中枢，贯穿包括智能选品、AIGC 素材设计生成、广告文案与翻译、智能广告投放助手、物流配送、AI 客服等全业务流程，实现业务流程的数字化、可视化和智能化，使操作人员使用“Giikin AI+”平台即可完成选品、投放、设计等业务全流程，大幅提升运营效率。

“Giikin AI+”平台在效率、成本、内容、客服和决策等关键环节已形成可量化收益，公司跨境电商业务运营效率提升 60%以上、人力成本降低 30%以上、内容生成效率提升 770%以上、客服自动化率提升 85%以上、数据决策覆盖提升 89%以上，从而带动公司跨境电商业务 2025 全年及 2026 年上半年实现营业收入增长、盈利能力提升，直接体现在跨境电商业务的毛利率、销售费用率等财务数据上。

问题 4：公司的 Token 出海业务如何规划？

回复：基于公司多年来在跨境电商领域积累的 AI 应用经验，及与谷歌、阿里、亚马逊云科技、火山引擎等行业内头部企业达成的 AI 模型调用、Token 出海分销合作，公司将由 AI 技术内部自用向对外商业化发展。一方面，公司拟作为多模型聚合平台，开展 Token 出海分销业务，依托国产大模型使用效率、成本上的优势，通过 Token 的形式对外销售，发展 Token 工厂化出海业务；另一方面，公司拟建设智能创业平台，帮助跨境电商等领域的中小创业者使用 AI 工

具、优化业务流程。

问题 5：公司品牌电商业务的发展情况与未来规划是怎样的？

回复：通过内部孵化与外部收购并举的方式，公司目前的自有品牌矩阵已覆盖内衣、宠物、伞具、家居、眼镜、饰品、服装、鞋履等多元赛道，市场辐射日本、韩国、东南亚、欧美等全球核心区域。

公司实行线上、线下全渠道营销，一方面，利用长期积累的线上广告推广、获客经验，通过独立品牌网站及电商平台开展线上营销；另一方面，通过开设海外实体门店及快闪店、联动本土达人、布局地铁与本土杂志广告等方式，扎根本土市场、直面终端消费者，打通全渠道流量闭环。

2026 年上半年，公司的内衣品牌 Veimia、宠物用品品牌 PETTENA 均实现超过 100%的营业收入增长，阳伞品牌 Konciwa 在淡季亦实现营业收入的稳健增长。未来公司将继续凭借多年积累的营销数据和技术优势，孵化自有品牌以增强市场竞争力和品牌影响力，从而推动公司业绩增长。

问题 6：公司包装业务新产能落地情况如何？

回复：公司包装业务的新生产基地主要位于广东惠州、苏州连云港及阿联酋。广东惠州的新生产基地主要生产精品盒、化妆品盒、烟草包装等高端包装产品，除了原工厂原有客户的存续订单承接外，也将负责承接部分海外烟草包装客户的订单；苏州连云港的新生产基地主要从事 QSR 食品级包装产品的生产，主要服务餐饮、茶饮等领域的下游客户，目前已在多家客户处进入产品验证阶段；位于阿联酋的包装生产基地目前已进入试生产阶段，订单主要来源于公司当地合作伙伴的烟草包装需求。

问题 7：2026 年下半年包装业务的盈利能力是否会改善？

回复：2026 年上半年包装业务归母净利润同比下降主要是由于原材料价格短期上涨、市场竞争加剧及境内外新建生产基地尚处投入期的影响。2026 年下半年包装业务的盈利能力有望改善，一方面，下半年公司向下游客户的销售价格将按照原材料价格上涨后新

	调整的价格执行，另一方面，新生产基地产能逐步落地将会带动包装业务盈利能力改善。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及应披露的重大信息
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作附件）	无