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：2026-005

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	富国基金　戴泽斌、单竹岭、武磊、蒲梦洁、王卓立、于晴、闫伟、丁晴、樊博文 易方达基金　李凌霄 嘉实基金　宋阳 南方基金　孙鲁闽、万朝辉、李晓光、都逸敏、王彩妮、王天瑜 国金基金　边广洁、袁正明 中欧基金　贾沛璋 中银基金　姚卫巍 银河基金　于嘉馨、杨宁 建信基金　田元泉 兴业基金　王丝语、胡宸睿、刘体劲 鹏华基金　黄润 新华基金　董晨阳

	国联基金　焦阳、周昊 国联安基金　王兴伟 海富通基金　陈林海 富安达基金　沈洋、颜枫、路旭 前海开源基金　梁策、邱杰 东方基金　李瑞、高强、吴昊 华安基金　吴宇扬、刘潇、花超、韩林轩、文康 华宝基金　郑恺、毛文博 华夏基金　李彦、韩霄、高翔、史琰鹏 平安基金　王华、李洋、李景瀚 东方证券资产　秦绪文 长江养老　邱宏斌 太平洋资产　赵麦琪、叶宇泽、魏巍 太平资产　彭丹雪 太平洋人寿保险　吕丽颖 中邮保险资产　孟东晖 安联保险资产　边鑫、缪宇环 东方嘉富人寿保险　时超 百年保险资产　张若凡 长信基金　朱松 长城基金　韩林、余欢 德邦基金　熊泰来

	江信基金　高鹏飞 申万菱信基金　于珅 汇丰晋信基金　韦钰 创金合信基金　刘扬 信达澳亚基金　张剑滔 中科沃土基金　徐平安 圆信永丰基金　田玉铎 光大保德信基金　崔书田 阳光资产　李曦辰 淡水泉　胡学森 上海宁泉资产　张斌 平安理财　辛岳 华夏理财　王莎 建信理财　唐文成、栾天悦 浦银理财　苟睿聪、段菡、朱梦颉 宁银理财　张文雨 青银理财　喻涛 信银理财　王书杰、藕文、罗戴熠 摩根士丹利基金　缪东航、李子扬 Government of Singapore Investment Corporation　刘濯宇 Macquarie Group　Kat Zheng Parantoux Capital Limited　许晴晖

	Peille Investment ApS Emil Warsoe WT China Fund Limited 叶珑 ARC Avenue Asset Management 郄岩 国泰海通证券 杨林、朱瑶 国联民生证券 白青瑞 中泰证券 郑澄怀、张骥 中金公司 朱镜榆 申万宏源 袁航 广发证券 姚铁睿 浙商证券 陈姗姗 国金证券 孟佳、陈芷婧、鲍淑娴 华泰证券 陈辛 华安证券 李元晨、杨宗星 华创证券 高远 华福证券 李昊臻 东方证券 张开元 兴业证券 刘璐丹、陈俊哲 开源证券 刘逍遥 山西证券 薛余来 东吴证券国际经纪 Sally Zhang 财通证券 张若谷 中银国际证券 刘航

	工银安盛资产　牛品 华夏久盈资产　李依琳 中海信托　史彬 广西铁路发展投资基金　景治霖 北京玖然私募基金　邹晨霞 杭州润洲私募基金　杨杰 湖南源乘私募基金　蔡振宇 明世伙伴私募基金　孙勇 深圳裕晋私募基金　张恒 上海姚泾河私募基金　杨煜哲、李凡 江西彼得明奇私募基金　彭晖 上海宽远资产　吴相贤 上海高毅资产　张汇韬 上海南土资产　徐杰 上海钦沐资产　赵一鸣 上海朔阳资产　孙镭 深圳玖稳资产　陈志能 深圳晨钟资产　魏芳 深圳尚诚资产　黄向前 深圳长润资产　邓琼 深圳伯利恒资产　邵贯赏 永安国富资产　王俊韬

	红思客资产　孙浩桐、孙磊 青骊投资　于利强 光合创投　夏思宁 布洛德峰投资　Xiaodong 北京国有资本运营　黄秋实 北京中金众鑫投资　吕一闻、阳荣培 广东恒健创业投资　潘云姗 深圳新思哲投资　谢远熙
时间	2026 年 10 月 28 日
地点	公司办公室、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 战略市场部总经理　石航 机器人产品线负责人　童亮 投资者关系总监　郑桂兰
投资者关系活动主要内容介绍	公司于 2026 年 10 月 28 日通过线上会议形式，向投资者介绍了公司 2026 年三季报情况并回答投资者问题。 **（一）公司经营情况说明** 汉朔科技是全球领先的泛零售领域数字化门店综合解决方案提供商之一，主要为全球泛零售企业提供基于物联网无线通信、人工智能和大数据技术的软硬件一体化解决方案。公司业务覆盖全球 80 个国家，服务超 550 家客户，产品方案落地近 7 万门店。 目前公司已全面启动“汉朔 2.0”AI 战略，依托深厚的全球零售客户粘

	性，从数据底座、AI 业务落地、AI 模型三个维度加速推进垂类零售 AI 的布局。 2026 年前三季度，公司实现营业收入为 44.78 亿元，同比上升 59.41%；实现归属于上市公司股东的净利润 4.82 亿元，较上年同期增长 53.41%，扣除股份支付影响后的归属于上市公司股东的净利润为 5.44 亿元，较上年同期增长 72.22%。公司业务订单充足，为汉朔 AI 战略的持续落地提供有力支撑。 **（二）问答交流环节** **问题一：公司三季报业绩向好，营收净利迎来双增，主要原因是什么？四季度业绩趋势将如何？** 答：2026 年前三季度，公司实现归属于上市公司股东净利润 4.82 亿元，较上年同期增长 53.41%；扣除股份支付影响后的归属于上市公司股东的净利润 5.44 亿元，较上年同期增长 72.22%。公司前三季度业绩实现较快增长，主要源于收入规模提升，2026 年前三季度公司营业收入 44.78 亿元，较上年同期增长 59.41%。收入增长主要系汉朔 2.0 战略落地，AI 服务在客户拓展过程中逐步获得市场认可，带动收入大幅增长。区域结构方面，来自北美客户的收入占比快速提升，欧洲业务基本盘保持稳定。公司三季度营业收入及净利润保持较高水平，目前在手订单充足。 **问题二：请介绍截至前三季度汇率对公司业绩的影响，以及股份支付对净利润的影响情况？** 答：2026 年以来人民币持续升值，对公司的经营业绩带来了影响。针对上述情况，公司采取了生产采购全球化、外汇采购结算，并通过与重要客户签订价格随汇率波动调整的条款，对冲外汇波动带来的影响。2026 年前三季度，公司实现归属于上市公司股东的净利润 4.82 亿元，较上年同期增长 53.41%，扣除股份支付影响后的归属于上市公司股东的净利润 5.44 亿元，较上年同期增长 72.22%。以上两项事项对公司净利润表观数据产生一定影响，但不影响公司实际经营能力。公司经营业绩持续增长，

	整体经营情况保持较好水平。 **问题三：公司前三季度毛利率稳定在一定区间，后续的毛利率趋势是怎样的？** 答：公司今年前三季度公司毛利率为 33.28%，保持在合理区间。公司持续采取多项成本管控举措：公司自建部分产能，产线工厂均具备规模化自产能力，为降本提供一定空间；今年前三季度，公司经营活动产生的现金流量净额为 11.23 亿元，资金储备充足，针对价格波动较大的原材料，公司适时开展备货锁价安排；持续通过研发创新降本。同时，公司逐步提高毛利率较高的服务性收入占比。长期来看，公司毛利率有望维持在合理水平。 **问题四：公司前三季度相对于去年同期，影响非经常性损益的主要是哪些？** 答：公司非经常性损益主要受到汇率项目影响。2026 年前三季度，公司购买外汇远期合约形成的非经常性损益为 40,155,969.69 元；2025 年前三季度，公司购买外汇远期合约形成的非经常性损益为-75,152,606.86 元。 **问题五：前段时间咱们宣布了跟微软达成了更加深层次的物理 AI 相关的合作，可能覆盖公司全球 7 万多家门店。请介绍一下该合作在公司 AI 业务方面的情况。** 答：公司与微软签署了长期全球战略合作协议，双方将进一步推进在全球范围零售物理 AI 解决方案、门店数字孪生、Azure 云合作及联合市场推广等领域的长期合作。该合作是公司在零售场景的数字化能力与微软 AI 技术能力的深度协同。双方将继续发挥各自在行业理解、技术平台、全球生态与本地服务方面的优势，共同推进新一代零售数字化能力的落地与迭代，以提升门店体验与运营效率为目标，交付具备前沿能力的 AI 数字门店成果。通过与微软的全球战略合作，汉朔在全球物理 AI 的部署和应用得到保障，微软平台上已经有 Open AI、Anthropic 等大模型，公

	司可以直接应用到产品和零售客户的场景中。今年 6 月，公司正式发布了一站式门店实时智能执行平台——xPilot。xPilot 是公司依托数字孪生战略推出的首个 AI 应用产品，已经使用了微软云上的 Chat GPT、Claude 等模型。目前大模型的发展已经开始向具身机器人领域渗透，未来如有适用于机器人端的模型发布，公司能够快速应用到机器人业务方面。 **问题六：公司今年 9 月份跟拓元智慧这一具身智能公司达成了战略合作，这方面有怎样的进展信息？** 答：今年 9 月，公司与拓元智慧达成战略合作，双方将围绕具身智能零售机器人及零售防损智能技术展开深度合作。合作将依托汉朔在全球零售客户、智能物联网、门店数字化、智能终端协同及商业化落地方面的积累，共同验证机器人在真实零售环境中的感知、移动、任务执行和系统协同能力，并探索可复制、可规模化的零售机器人解决方案。公司服务全球超过 550 家零售客户和近 7 万家门店的真实商业网络，这些零售真实门店场景、商品与货架数据是持续构建物理 Al 落地的基础。真实门店中的商品、货架、设备及运营状态被持续映射到数字空间，为 AI 理解物理世界提供了可读取、可更新的场景。公司围绕智能货架管理、门店实时智能执行、AI 导购与自助结算、智能巡检与清洁等场景，构建了从感知到执行的全链路 AI 能力，这些方案正逐步从试点走向规模化落地。其中，智能购物车已进入批量交付阶段，巡检机器人等相关方案则在以 POC 试点形式推进中。 **问题七：目前新客户的拓展进展如何，从目前订单储备和客户需求看，明年收入预期是怎样的？** 答：公司新客户拓展整体进展顺利，北美市场增长较快，订单储备充足。欧洲及亚太区域，公司本年度已签约英国大型客户 Tesco，该项目将于明后年进入交付高峰期；此外，公司近期先后与西班牙南部零售集团 Supermercados El Jamón、东南欧大型零售集团 Fortenova Group 旗下 Kenty Adria 达成合作；澳洲市场方面，公司与当地头部商超客户达成

	合作。同时，公司储备了优质的存量客户，大多数为全球零售百强，这些客户预计未来几年迎来存量换新周期，有望为公司业务发展持续提供支撑。 **问题八：电子价签全球渗透率情况，未来增长点在哪里？** 答：当前全球电子价签市场平均渗透率不高，不同区域之间渗透率存在明显区别。北美区域近两年渗透率提升较快，是全球电子价签需求增长最快的市场。欧洲区域各国渗透率存在差异：法国、德国等传统西欧国家渗透率相对较高，将于未来几年进入大规模的存量换新周期；西班牙、英国、波兰等国仍处于普及初期；土耳其、希腊等市场渗透率相对较低。整体来看，全球渗透率仍处于快速提升的阶段，具备稳定的增长空间。 **问题九：公司目前 AI 应用的进展如何，介绍下数字门店解决方案目前客户验证情况，何时可以大规模落地？** 答：公司已全面推进“汉朔 2.0”战略，AI 相关应用正稳步落地。产品层面，xPilot 已于今年 6 月正式下线，另有两款 AI 软件平台预计于明年一季度推出；市场层面，xPilot 已启动 POC 验证工作，国内已落地天虹、永旺门店。同时，在日本、欧洲等区域客户开展 POC 测试，处于持续推进落地中，核心目标为验证该 AI 软件在节约人时等方面的量化效果。智能购物车方面，今年年初公司 1 万台澳洲客户的订单在持续履约中，叠加日本客户的订单，公司智能购物车业务稳定推进中。整体而言，伴随 AI 零售行业持续发展以及公司产品与市场推进，公司 AI 应用相关业务后续将持续落地。 **问题十：介绍公司 xPilot 产品当前落地进展、付费模式、标杆客户情况，以及可以帮客户解决哪些问题，有什么量化价值？** 答：今年 6 月，公司正式发布了一站式门店实时智能执行平台——xPilot。xPilot 是公司依托数字孪生战略推出的首个 AI 应用产品，现阶段 xPilot 正和欧美、亚太地区多家头部零售客户推进 POC 试点验证。商业化付费方式灵活多样，当前主要采用 SaaS 计费模式收取订阅费用。

	该产品可帮助零售商解决门店陈列管理、缺货管控、店内导航、生鲜运营等经营痛点，为客户节省成本或增加收入，例如，帮助某客户将食品区人力成本从 4,000 人时/月降至 3,000 多人时/月等。
附件清单（如有）	无
日期	2026 年 10 月 28 日