

证券代码：002970

证券简称：锐明技术

深圳市锐明技术股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-008

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> <input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input 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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" 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>单位名称</p>	<p>参会者姓名</p>	<p>单位名称</p>	<p>参会者姓名</p>
	<p>浙商证券</p>	<p>叶光亮</p>	<p>浙商证券</p>	<p>刘雯蜀</p>
	<p>宝盈基金</p>	<p>侯嘉敏</p>	<p>天风证券</p>	<p>缪欣君</p>
	<p>天风证券</p>	<p>李璞玉</p>		
<p>时间</p>	<p>2024年4月25日</p>			
<p>地点</p>	<p>公司办公室、线上路演</p>			
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>副总经理、董事会秘书：孙英 证券事务专员：龚晓涵</p>			
<p>投资者关系活动内容介绍</p>	<p>1、公司的销售模式是咋样的？销售是否依赖于地方政府的政策？</p> <p>公司的销售模式主要有两类，一类是销售给终端客户，另一类是销售给系统集成商或运营商。公司在市场营销策略上，一直以直营不直销为主，以深度影响直接用户的方式，促使系统集成商或运营商选择公司的产品，再反向交付给产品的使用方即终端用户，通过和系统集成商及运营商的深度、长期合作，共同向终端用户销售产品。国内业务这两类销售模式都有，但以系统集成商或运营商为主，直接销售给终端客户的销售模式占比很小，且主要以政府项目或财政付款为主。而海外业务，因区域分布较分散且距离较远，销售模式上全部采用销售给系统集成商或运营商，不存在直接销售给终端客户的形式。系统集成商或运营商作为公司的主要客户，可有效避免项目型业务无长期稳定业务来源的不利局面，大家一起联合进行市场营销，共同拓展市场，在一定程度上可为公司节省一部分市场推广费用，还能保障有个不错的销售毛利率。</p> <p>关于政策依赖问题，国内有部分业务确实会依赖政府或行业监管政策，但公司的业务不是靠依赖政策来发展的，因政策的执行大多是项目型或仅有一段时间就可执行完，如21年的广东省30多万台的重卡项目，确实是政策引导销售，30多万台的重卡车要求安装同类型的标准产品，在不到一年的时间里，项目就全部执行完毕。如果公司仅靠政策引导，一定走不过20多年的发展历程。国内业务如此，海外业务更加不会依赖政策来发展，因海外是个完全市场化且充分竞争的市场，在过往发展过程中，基本上没有相关政府引导。公司的发展逻辑及增长驱动力，完全是靠公司产品</p>			

的核心竞争优势、靠客户的需求推动来发展。

2、请介绍下公司的创新业务—欧标的进展情况？

欧标是欧洲颁布的一项安全法规，简称欧标。欧标于 2022 年 7 月颁布，要求在 2024 年 7 月全面执行，届时所有新下线的客运及货运的大型车辆，以及出租车、公交车等车辆均需满足欧标要求，否则车辆不能上路运营，公司对此 2023 年就已经作好了充足的准备。2023 年三季度，由锐明技术自主研发的全球首个 R151/R159 视频方案即通过了欧盟的严格认证。目前公司已取得国内多家整车生产厂家的合作通知书，且已接到部分整车生产厂家的订单，在不久的将来，由中国生产的带有欧标产品的整车会出口至欧盟等国家或地区。欧标的要求极高，公司在技术、产品、解决方案等方面均作好了充足的准备，在同行业中具备明显优势，这将有助于我们在这一市场中取得增量市场，推动公司业务持续增长。

在欧标的销售策略上，公司将采取两种模式：一是携手国内整车厂商，实现欧标产品随整车一同出口；二是与欧盟部分整车厂商开展本地化合作，将欧标产品直接引入欧盟市场，该事项还在推进当中。

3、请介绍公司在海外市场的发展情况？与国内相比，海外市场的发展有何特点？

公司进入海外市场较早，至今已有十多个年头。早期的海外市场以通用监控产品为主，直到 2020 年开始，海外的业务重心开始快速转向更为专业的行业信息化产品，这一转变过程在海外显得尤为漫长，早期主要聚焦于校车市场，随着时间的推移，才逐渐将业务范围扩展至公交车、出租车等其他类型的车辆。目前业务区域逐步在扩大，销售网络也逐步完善当中，业务开展取得了一定的成效，全球营销网络布局逐渐显现。现在海外共有八家全资或控股子公司，其中一家子公司是智能化、信息化程度较高的越南生产制造基地，可向美国等市场直接出口相关产品。其余子公司基本上是以销售属性为主的销售型公司。同时，公司在海外还设立了八个办事处。子公司及办事处的设立，包括境外工厂的建立，为公司的全球化布局奠定了一定的基础。未来，公司的全球化布局将会进一步加大投资力度，如继续投资建立第二家境外工厂，在业务白区尽快进行业务拓展等，助力公司的海外业务迈向新的阶段。

与国内业务相比，海外市场的开拓不仅需要面对语言和文化差异等挑战，还需要深入了解不同国家和地区的法规标准等要求，更加需要面对海外是个完全市场化的竞争态势。这使得海外市场的拓展工作更加复杂和困难。尽管如此，锐明技术仍持续加大在海外市场的投入，不断提升产品质量和服务水平，以期在海外市场取得更好的业绩。目前，海外营销中心已经是一个国际化程度很高的团队，海外本地化人员约占到海外总人数的三分之一。

未来，随着全球信息化程度的不断提高以及行业需求的日益增长，公司将继续加强海外市场的拓展力度，积极寻求与海外合作伙伴的战略合作，共同推动行业信息化产品的普及和应用。同时，公司也将不断提升自身的技术实力和市场竞争力，以应对日益激烈的市场竞争和不断变化的客

户需求。

4、公司前几年的业绩出现了下滑，2022年还出现了首次亏损，原因之一是应该是费用投入较大，特别是研发费用的投入较大，据您介绍当时公司进行了一系列的管理改变，请详细介绍下内部管理具体有哪些重大变化？

过去几年，尽管公司业务受到了一些客观因素的限制，但我们在内部修炼上并未松懈，反而做出了诸多战略调整，这些努力对公司的长远健康发展起到了至关重要的作用。

首先，我们投入大量资源和资金重构了三级研发架构。上市后的三年间，研发支出超过了7.6亿，虽然短期内成本增加，但这笔投入极大地提升了研发效率、准确率和快速交付能力。这种效果在2023年已经开始显现，2023年的研发支出同比下降了12.55%。此外，通过三级研发架构的进一步深化，架构顶层开放给核心合作伙伴，通过双方分层合作开发等模式，进一步提升了公司的开发效率和快速交付能力，加强了与客户的粘性，对销售水平的提升起到了积极的推动作用。

其次，我们成功实现了从单芯片方案到多芯片方案的转变。这一转变不仅使公司产品更能满足客户的定制化需求，还降低了国际摩擦对公司业务的影响，增强了公司的市场竞争力。

再次，公司的供应链布局也得到了优化，更加适应当前国际局势的变动。例如，我们在越南北宁地区投资新建了海外制造中心，这是公司目前智能化、信息化、现代化程度最高的工厂。这一举措不仅提升了生产效率，还确保了公司产品在全球范围内的稳定供应，满足了国内外市场的需求。

最后，我们持续加大在海外市场的投入，积极提前布局海外各个市场。这为公司未来几年在海外市场的发展和增长打下了坚实的基础，有助于提升公司在全球市场的竞争力。

综上所述，这些战略调整不仅巩固了公司的发展基础，还使我们能够更好地、更从容地应对外部环境的变化。它们为公司未来实现高质量发展打下了坚实的基础。我们相信，在未来的日子里，公司将继续保持稳健的发展态势，实现更加辉煌的业绩。

5、请简单介绍下国内外市场的主要增长动力来源是什么？

推动公司业务增长的因素主要可以分为刚性需求驱动、技术进步及政策推动三个方面。

首先，刚性需求是驱动公司业务增长的另一大动力。安全需求、运营企业效率提升需求以及行业监管需求等刚性需求的存在，使得公司的产品和服务在市场上具有广泛的应用场景。这些需求不仅推动了公司现有业务的增长，还为公司未来的业务拓展提供了广阔的空间。

其次，技术进步也为公司的业务增长带来了强大的支持。人工智能、大数据等新兴技术的兴起，为商用车相关功能的实现提供了技术支持。技术进步不仅带来了应用场景的拓宽和深入，还加速了公司的业务增长。通过不断研发和创新，公司能够推出更加符合市场需求的产品和服务，从而

	<p>进一步提升市场竞争力。</p> <p>最后，政策推动对公司业务增长有一定的促进作用。早几年，国内相继出台的行业相关政策，曾为公司的业务发展提供了支持，但近几年，国内政策推出的较少，业务发展依靠的实际是市场需要。海外基本上没有什么政策推动事项，其发展更多的是依靠公司产品较高的科技含量、极具竞争力的性价比优势等。2022年7月欧盟推出的欧洲安全法规，简称欧标，要求在2024年7月强制执行，这一政策将为公司欧洲及英国市场提供一定的增量发展机会，能够助力海外业务进一步增长。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2024年4月26日</p>