

证券代码：002137

证券简称：麦达数字

深圳市麦达数字股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2018-007

投资者关系活动类别	<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 checked="" 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（ <u>电话会议</u> ）
参与单位名称及人员姓名	国信证券：关浩月，张恒，李鑫，艳先风；TIMC 中级产业基金：沈楠楠；万德资讯：边淑婷；和金资本：张耿源；大禾投资：林月；宏澜投资：欧宏；招商证券：朱忻宇，杨子聿；施罗德基金：王盛杰；易界投资：李佳超；源乘投资：曾尚；繁星资本：繁星资本；长城证券：何溪霖。
时间	2018年8月28日 15:00-16:00 星期三
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书朱蕾、财务总监廖建中
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、麦达数字董秘朱蕾和财务总监廖建中介绍公司半年度经营情况</p> <p>1、公司发展历史</p> <p>公司成立于1998年，2007年在中小板上市，公司原主营业务为EMS消费类电子和LED照明产品生产制造。公司自2015年向互联网产业转型开始，逐步明确智慧营销与智能硬件双轮驱动的战略，先后收购顺为广告等三家数字营销公司，分别投资消费品行业和SCRM细分行业的SaaS优质企业赢销通和六度人和，在大数据、云计算、企业互联网服务等领域先后投资奇异果互动、富数科技等。2017年7月，成立北京麦达，引入甲骨文前全球副总裁高礼强等互联网领域富有管理和技术经验的行业专家，深度围绕智慧营销这一主题，不断加大研发投入，为公司未来的战略发展提供更强有力的智力支持。</p> <p>2、战略规划</p> <p>“智能硬件+智慧营销”双轮驱动是公司当前战略规划的核心，基于对公司所处行业趋势的判断，智能、数据、技术将会是麦达数字业务未来新的驱动力，公司“智慧营销+智能硬件”双轮驱动战略也将始终以此为核心，构建公司的核心能力。</p>

智慧营销：基于对行业趋势的深刻理解，为应对数字营销行业的快速变化，公司将该业务板块定位于为客户提供以技术为桥梁，以数据为驱动力，以品效合一为目的的一站式营销数字化转型服务。

智能硬件：作为公司的成熟业务板块，公司将凭借在硬件产品规划、研发和制造领域的积累和底蕴，以 LED 照明等成熟、稳健的既有业务为基石，抓住全球智能硬件高速发展的机遇，向智能硬件业务领域拓展和延伸，持续为公司战略转型提供稳定的业绩支持。未来一段时期公司将加大在物联网软件领域的投入，成为物联网终端产品的提供商。

3、2018 年半年度经营业绩情况介绍

2018 年公司实现营业收入 5.76 亿元，同比增长 41.99%；实现归属于上市公司股东的净利润 0.66 亿元，同比增长 86.52%。总体来说 2018 年半年度经营情况比较好，尤其是智能硬件板块，自 2013 年公司主动转型并培育新客户、新业务后，经历了几年的沉寂，在 2018 年上半年呈现出爆发式增长的态势，智能硬件板块在半年度实现的营业收入突破 3.25 亿元，同比增长 87.44%，其中照明业务实现的营业收入突破 2.1 亿元，更是同比大幅增长 127.03%。照明业务同比大幅增长，主要源于 WAFER 系列超薄圆形面板灯因其性能优良，得到了客户和终端消费者的高度认可，销量同比大增。

4、2018 年半年度重点做的几项工作

(1) 研发方面：

公司基于现有数字化营销业务，将人工智能&大数据融入企业营销领域，成功推出自主研发的营销 SaaS 产品—智慧营销“雷达”平台，帮助企业在互联网+时代的市场营销中更加精准和高效。

(2) 投资方面：

产投研是公司战略落地的主要路径，投资可连接思想、文化、资源和能力，是公司战略落地中非常重要的一环，2018年上半年在投资方面主要有以下几项落地动作：

1) 公司拟设立2只专项产业基金的公告，基金整体规模在6-8亿元，投资方向主要为大数据、物联网、人工智能及企业级服务等，目前正在稳步推进之中。同时，鉴于沅源资本管理的基金“沅源启程”的投资领域更广且投资领域与公司的战略规划存在协同效应，可为公司带来更多的潜在投资收益和投资机会，公司以自有资金出资5000万元认购沅源启程的份额。

2) 公司使用自有资金4000万元参股投资营销技术企业—广州舜飞信息科技

有限公司，舜飞科技系专注于为客户提供技术和数据驱动的营销数字化转型全流程解决方案的高新技术企业，拥有TD（Trading Desk）、DSP、DMP、DCO（动态创意）、DNA（网站监测）、AB Tester（网站优化）、Tagmanager（代码管家）等多项自主产品。舜飞科技的业务包括：为以游戏、电商为主的广告主提供效果营销服务；为中小广告代理商提供自助式程序化效果营销解决方案；为大型品牌广告主提供营销数字化转型全流程解决方案，包括私有程序化定制（TD）、私有DMP搭建、场景营销定制、营销与客户数据分析平台等企业In-house营销数字化平台建设服务等。公司“智慧营销”板块的战略定位是助力企业营销数字化转型，投资舜飞科技符合公司战略布局的方向，有利于落地公司的营销数字化战略。

3) 智能硬件板块：2018年2月，子公司实益达技术与引进的合伙人合资设立益明光电，主要着眼于国际照明市场，根据国际市场客户的需求，研发、生产和销售智能商业照明产品；2018年6月，实益达技术与国内市场区域负责人共同出资设立江苏实益达，主要聚焦于国内新零售领域的智能照明市场，并大力拓展自有知识产权和自有品牌产品市场。此外，子公司实益达技术增资新加坡企业THINGS SMART PTE.LTD（易智联），易智联主要专注于智能锁具的研发、设计和市场推广。

4) 公司在投资布局的同时，也会根据战略及项目的实际情况，逐步退出部分项目，公司可借此获取一定的财务收益并控制投资风险。2018年3月，公司出售惠赢天下的全部股权，获得超过2000万元的投资收益。

（3）整合方面：

基于公司产投研战略实施路径，2018年半年度公司启动了内部整合以及与被投企业的业务协同工作：

内部整合：1) 考虑到智慧营销板块各公司业务协同，公司启动了该业务板块的后台服务及部分业务部门的整合，若相关整合工作顺利进行，将有利于提高智慧营销业务的管理效率，降低管理成本，进而提高数字营销业务的盈利能力；2) 为更好的整合资源和服务于公司战略规划，同时考虑到子公司实益达工业、实益达技术业务的相关性以及两家公司在供应链等方面有重合的情况，公司将实益达工业100%的股权出售给实益达技术，从而将公司智能硬件业务全部归拢到实益达技术这个主体之下。本次交易事项完成后可实现公司智能硬件业务板块的统一规范和整合管理，有利于公司的长远发展。

与被投资企业协同：公司与六度人和继在智慧营销领域的合作之后，报告期内启动了在智能硬件业务领域的战略合作，六度人和的优势在于软件技术，公司的优势在于硬件制造，双方的业务合作，一方面可充分发挥各自的业务优势，实现业务协同，同时也有利于帮助公司更全方位了解投资标的的

业务及其理念，为公司后续的投资战略提供支持。

二、智能硬件板块脱胎于公司上市时的制造业务，公司当前智能硬件板块业务与上市时有何不同？目前的核心客户有哪些？

在公司发展历程上 2014 年是非常重要的一年，此前公司的主营业务是消费类电子制造服务（EMS）和 LED 照明业务，但随着这两个行业本身市场环境和竞争环境的剧烈变化，公司合作多年的传统客户或转型或退出，公司制造板块在 2013、2014 年遭遇上市以来的业绩低谷。在这个背景之下，为寻求公司业务突破，公司也确立了制造板块整体转型“智能硬件”的战略目标，具体来说，制造板块转型主要涉及两个方向：

其一，依托公司 20 年来在产品规划、硬件研发和制造领域积累的能力和底蕴，以及服务全球知名品牌商的经验，培养自己的产品规划和设计能力，逐步进入到全球科技巨头的供应链，进而成为全球互联网巨头智能硬件生态链上的重要一环；

其二，公司生产制造的硬件产品要全面转向智能硬件产品。

确立转型目标后，公司主动结束了部分利润不高的原有老客户的订单，从 2014 年开始主动接触、寻找新的客户群体，凭借公司多年服务国际品牌商的经验以及技术积累，公司陆续成为 ABL、ASM PT 等知名跨国企业的供应商，其中对 ABL 销售的所有智能照明产品系列均为麦达数字自主研发和规划，借助 ABL 的市场和品牌渠道，相关产品销量在 2016、2017 年得到迅猛增长；此外，公司自 2014 年开始与 ASM PT 逐步达成紧密业务合作，并成为 ASMPT 电子部件制造的主要供应商。

ABL 和 ASM PT 是公司目前智能硬件板块的两家核心客户，公司来自两家客户的订单量在 2017 年和 2018 年上半年度增幅明显，尤其是今年上半年度呈现放量增长的态势。

总体来说，公司自上市以来服务 2B 客户的基因没有变，只是公司当前智能硬件板块相比上市的制造板块更偏“智能”和自主研发。

三、公司“智慧营销”如何解读？如何区别于以往“数字营销”？目前公司在智慧营销板块取得了哪些进展？

数字营销行业正在发生巨变，未来的数字营销服务企业能否胜出在于是否

具备持续的业务创新和能力整合以及基于此基础之上的客户服务。只有依靠技术和数据持续提高客户的营销效率和效果，数字营销企业才能在新的数字营销时代构建竞争力。

传统的数字营销 1.0 业务主要以传统 4A 的营销策划、线上投放、流量代理或单一功能的数字营销服务为主，公司倡导的“智慧营销”业务，定位于以技术和数据驱动的营销与客户服务一站式技术解决方案，其核心是数据驱动的营销、技术连接的传播、基于深度洞察的客户服务以及基于 AI 的智能客户交互。

公司“智慧营销”板块定位是助力企业营销数字化转型，基于技术、产品和数据，与传统的策略、创意、服务相结合，为品牌客户提供从营销获客，到销售转化，再到持续客户运营的企业全套 In-house 营销数字化平台建设服务，帮助企业沉淀数据资产，构建客户体验旅程，关注客户从认知、转化到留存的全生命周期营销与客户服务。

目前公司在智慧营销板块的进度主要体现在以下几个方面：

投资层面：公司投资了大数据风控技术服务商-富数科技及舜飞科技；

研发层面：公司基于业务研发出了智慧营销“雷达”平台、麦达 CDP 等多款新型智慧营销产品。其中，智慧营销“雷达”平台可帮助企业在互联网+时代市场营销中更精准和高效，“雷达”平台的诞生，也是公司产投研战略良性循环的最佳体现，基于此项技术，公司孵化成立了人工智能科技公司-麦盟科技；CDP 则综合了客户数据 AI 分析平台和智能规则自动化营销平台，可以将来自线上、线下应用数据和外部数据等多渠道的客户数据自动进行整合，形成统一用户画像，通过 AI 引擎对用户行为、画像进行分析，实现用户行为预测，然后根据预测的用户行为进行差异化定价、定制化促销活动、响应式交互、智能投放广告等自动化营销行为。

四、公司孵化的麦盟科技，当前业务进展情况如何？公司“雷达”平台的数据来源是否有风险？

2018 年，公司基于现有数字化营销业务，将人工智能&大数据融入企业营销领域，成功推出自主研发的营销 SaaS 产品—智慧营销“雷达”平台，帮助企业在互联网+时代的市场营销中更加精准和高效。为探索该平台在教育、保险等垂直领域更多场景的应用，帮助企业客户在获客、营销以及增效等方面取

得提升，公司将相关业务从内部孵化项目独立成独立公司运营，成立了人工智能科技公司-麦盟科技。

麦盟科技自成立以来已经成功签约了教育、保险行业的数家优质客户，目前麦盟科技已开始产生收入，但 2018 年其主要目标还是在前期种子客户的基础上，不断打磨公司产品技术成熟度。目前麦盟科技探索的盈利模式与传统数字营销的收费模式有差异，是从给客户带来的增量收入中按效果收费，若业务发展如预期、产品成熟且能给客户带来显现价值，麦盟科技未来的收入规模大幅增长可期。

数据安全性是每一家企业都关心的问题，公司也是非常注重，公司有严格的风控系统。目前“雷达”平台在服务 EC 产品时的数据来源主要是利用爬虫技术爬取的全网公开的中小企业数据，不涉及任何隐私信息。“雷达”平台在服务其他客户时，数据也主要来自客户本身的数据和合法合规的公开数据或经过脱敏处理的数据。

五、公司开展的投资业务较多，近期又在筹建专项产业基金，投资与产业的协同性如何体现？

公司自投资伊始始终在寻找与现有业务板块的业务协同点，从而助力公司战略落地。公司投资布局领域的协同点主要体现在以下几个方面：

1、产业层面协同：六度人和作为公司产投融合的体现，以六度人和项目为例：2017 年公司收购了其增值分销商-微联达（即北京麦达），在北京麦达与六度人和（EC）的业务过程中，为提升北京麦达销售团队的销售效率，公司研发出了智慧营销“雷达”大数据平台。目前公司与六度人和的研发团队正在探讨“雷达”平台与六度人和 EC 产品的集成，希望能提供给六度人和现有的经销渠道，实现双方更深入的合作。

此外因六度人和的优势在于软件开发能力，而麦达数字的优势在于硬件产品的制造能力，六度人和在为客户提供软件服务的时候，也会同步提供硬件产品，因此双方将在智能硬件层面（如智能话机）展开深度合作，实现优势互补。先期将在智能话机层面启动合作，2018 年 4 月 20 日双方已签署《智能电话机及语音流量业务战略合作协议》。

2、理念融合：麦达数字投资的过程其实也是一个与标的公司相互学习的过程，公司在吸收标的公司带来的全新理念的同时，相互助力，共同成长。

	<p>3、不同标的公司之间存在很多业务协同的可能，这也为公司带来了许多新的业务机会，甚至有可能成为公司新的业务增长点，实现多方共赢，这是公司下一步需要重点挖掘的价值点。</p> <p>综上，产投研是公司战略落地的主要路径，公司在投资时，会不断接触到业内优秀标的公司最前沿的理念，一方面公司会充分利用这些理念升级改造现有产业，同时分享标的公司业务快速成长过程中估值的提升，从而获取一定的投资收益，因此投资不仅可以布局和锁定优质标的，也可以帮助公司储备投资收益并带来良好的现金回报。在投资过程中，为了最大限度地规避投资风险，公司需要联合行业内优秀的投资团队，借助其在项目融资、投资、管理、退出等方面的丰富经验，帮助公司战略稳步落地，基于此，公司计划成立专项产业基金，投资方向紧密围绕公司战略，聚焦大数据、人工智能、物联网等领域。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2018年8月28日