

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：2024-007

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他			
	单位名称	参会者姓名	单位名称	参会者姓名
参与单位名称及人员姓名	兴银基金	陈宇翔	华商基金	金曦
	中国国际金融股份	王琛	上海禾其投资咨询	王祥麒
	北京福睿德投资	彭渝	中国人寿资产	和川
	招商证券资产	吴彤	首创证券	孙少艾
	嘉实基金	何鸣晓	弘则投资	田祥光
	中邮人寿保险	朱战宇	大家资产	王凤娟
	中融国际信托	赵晓媛	江海证券	蔡晨浠
	承珞（上海）投资	马行川	鹏华基金	王璐
	循远资产	田超平	深圳展博投资	肖斌
	博时基金	廖常青	博时基金	万丽
	长城基金	林皓	东方阿尔法基金	潘登
	天治基金	陈付佳	景顺长城基金	王勇
	中信建投证券	周莞翔	天风证券	缪欣君
	世纪证券	陈贝力	西部证券	庄自超
	鑫元基金	龙凌波	诺德基金	周建胜
	政策与智库研究院	宋强磊	武汉传奇投资	周雪
	泰康资产	周昊	富国基金	蒲梦洁
	上海混沌投资（集团）	范祖康	世纪证券	范俊雄
安信证券	袁谅	新华资产	陈朝阳	
长城基金	陈蔚丰	九泰基金	王宇鸿	

	海通证券（自营）	刘蓬勃	西藏中睿合银	郑淼
	德邦自营	江杨磊	天风证券	李璞玉
	创金合信基金	陆迪	鹏华基金	董威
	上海合远私募	史彬	华银基金	张誉宁
	弘毅远方基金	焦庆	禾永投资	张祥
	浙商基金	王斌	上海聚鸣投资	惠博闻
	华泰柏瑞基金	刘志清	UBS Asset Management	王海明
	富国基金	王亮	上海万纳私募	李美泽
	山西证券	李惟愚	弘则投资	付伟琦
	财通证券资产	包敦文	新华基金	张帅
	序列(海南)私募	钟华	银河基金	杨琪
	安信基金	何宇涵	诺德基金	周建胜
	国华兴益保险	李灿	上海混沌投资（集团）	黎晓楠
	北京永瑞私募	武雪原	中银国际证券	张岩松
	建信基金	周智硕	张毅	泰康资产
	浙江米仓资产	管晶鑫	上海途灵资产	赵梓峰
	申万菱信基金	张若凡	合煦智远	刁鹏飞
	中邮人寿保险	王晓博	财通计算机	杨烨
	鹏华基金	王璐	天风证券	缪欣君
	鹏华基金	伍旋	鹏华基金	董威
	长城基金	沈文皓	长城基金	廖瀚博
	长城基金	林皓	长城基金	邹伟
	西部利得	吴桐	广发证券	吴祖鹏
	汇添富基金	黄耀锋	汇添富基金	王天宜
	汇添富基金	左剑	汇添富基金	夏正安
	汇添富基金	马翔	汇添富基金	钱诗翔
	东方证券	黄泓渊	宝盈基金	侯嘉敏
	华银基金	张誉宁	银河基金	杨琪
	安信基金	何宇涵	汇安基金	蒋毅
	汇添富基金	朱凌昊	鹏华基金	柳黎
时间	2024年4月24日			
地点	公司会议室			
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书：孙英 证券事务专员：龚晓涵			

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>一、公司经营情况概述</p> <p>2023 年，在席卷全球的客观不利因素全面褪去的情况下，国内外经济相继进入了常规发展轨道。公司所在的商用车行业，是国内及海外都在大力发展的物联网、车联网、人工智能等技术较为集中的领域，行业正处在蓬勃发展机遇中。公司秉承稳健经营的策略，积极进行国内外市场布局，特别是大力拓展海外市场，继续以技术创新为抓手，持续推出商用车智能化解决方案。2023 年国内销售及海外销售已重回增长轨道上，公司经营业绩开始恢复性增长。</p> <p>2023 年度，公司实现营业收入 16.99 亿元，同比增长 22.80%；归属于上市公司股东的净利润达 1.02 亿元，同比增长约 1.7 倍；从 2023 年四个季度的业绩情况看，每个季度的经营业绩均实现同比一倍以上的增长，恢复性增长态势较为明显。</p> <p>公司 2021 年至 2023 年共实施了三期股权激励计划，2023 年在公司业绩达成的情况下，股权激励目标首次成就，员工股权激励可以行权或兑现，这对进一步提振员工斗志及员工士气打下了良好基础，股权激励的激励作用得以体现。</p> <p>在主营业务方面，国内业务及海外业务均实现了恢复性增长，2023 年国内收入实现 6.04 亿，同比增长 19.5%；海外收入实现 8.83 亿，同比增长 27%。我们发现，国内市场有需求但购买力在下降，主要是多地项目因资金短缺或资金不能及时到位而时有延迟，同时，国内市场还存在内卷严重情况，不计成本的低价竞标等事件一定程度上制约了行业健康发展。好在已经开始看到各地政府引导企业进行良性竞争，行业发展正逐步由价格市场向价值市场转型，劣币驱逐良币的不良现状应该会有所好转。未来，公司在国内市场的发展宗旨是深耕像公交行业等进入门槛高、产品附加值高的价值市场，积极挖掘行业应用场景，有针对性的开发适合公交等行业应用的产品，解决公交车企监管、安全运营等监管难题，提高国内产品毛利率。海外市场在公司持续多年的本地化投入下，业务基本上进入良性发展阶段，客户购买意愿明显，公司在“一国一策”的销售策略引导下，海外营销网络持续扩大，市场占有率得到了提升。至 2023 年底，公司已在海外设立了八家子公司及八个办事处，可向全球一百多个国家和地区供应产品和服务，海外营销网络覆盖面进一步扩大。为保证向欧美等地出口的产品符合进口国当地法规政策等要求，公司提前应对如贸易战的高额关税等风险事项，报告期内公司在越南投资建立了智能化、信息化程度较高的从 SMT 贴片线到生产组装线、测试线的全自动、半自动生产线，报告期内越南工厂已实现对外销售收入近千万元。未来，公司将扩大对越南等境外工厂的持续投资，力争海外收入都从越南等境外工厂出口，同时，公司将</p>
----------------------	---

在新加坡设立境外结算中心，规避贸易制裁等境外货款结算风险，提前筹划全球稳健的业务交易环境，为公司长期稳健发展打基础。

在毛利率方面，2023 年度平均毛利率 42.95%，同比提高 4.2pct；其中国内主营业务毛利率 32.2%，虽略有所下滑，但相信随着公司国内业务向价值市场转型的变化，毛利率稳步提升仍有空间；海外主营业务毛利率已回到历史高点 57.4%，同比提高 6.6pct。海外毛利率提升的原因，主要得益于公司持续高强度的产品研发及降本增效等工作，使得公司产品在海外极具竞争优势。2024 年公司会继续重视降本增效、科技创新等工作，持续保持毛利率稳定。

费用支出方面，2023 年三项费用同比下降 960 万元，同比略降 1.5%，其中研发费用下降 12.55%，但研发强度仍有 14.5%。费用下降的原因，主要是三级研发架构成功落地，效率提升导致。2024 年，公司将视业绩达成情况进行人员招聘、调岗等，主要投向研发及海外本地化投入的市场拓展上，其中差旅和市场推广支出预计会有所增长，总体上，费用增长额会和经营业绩达成情况强挂钩，并进行动态管理。

存货方面，控制存货合理水位，加强呆滞管理，足额计提减值损失，确保存货资产质量无水分。

应收货款方面，应收账款管理良好，日常仍以周报、月报、月度例会等形式进行重点管理，年内未出现大额坏账情况，坏账准备按要求已足额计提，不存在虚增利润情况。

经营性现金流方面，2023 年公司经营性现金流净额为 3.18 亿元，占归母净利润的 3.12 倍，利润收现情况很扎实，这主要是公司海外收入占比较高，应收货款回笼较及时，应收周转率同比提升了 27.94%。

现金分红方面，考虑公司业务经营较为稳健，预计 2024 年暂无重大资本性支出，且现金储备较为充足。为回报广大投资者，计划 2023 年公司的分红预案为：每 10 股派发现金红利 5 元（含税）。

2024 年一季度，公司实现营业收入 5.02 亿元，同比增长 37.2%；归母净利润为 5,313 万元，同比增长 1.2 倍，扣非归母净利润为 4,931 万元，同比增长 1.6 倍，为公司全年业绩的稳健增长奠定了良好基础。

员工激励方面，为稳定员工队伍，提高骨干人员及中层以上管理人员的工作积极性，充分调动其主观能动性，2024 年公司又计划实施股票期权激励计划与员工持股计划等股权激励事项，经董事会审议，2024 年的相关激励事项，已与 2023 年年度报告披露时同时见网。本次被激励人员总数 163 人，其中董事、高管有 4 人；股票期权共 342 万份，股票来源为定向增发；员工持股计划的股票来源为公司的回购股份。如果 2024 年股权激励计划如期通过了后期股东大会、董事会的审议，共有三个股权激励计划在实

施当中，这对员工鼓足干劲提供了充足的马力，对 2024 年公司业绩目标实现注入了强大动力。

我们预计，2024 年公司业绩仍会继续保持恢复性增长，虽然业绩目标实现充满了挑战，但我们对目标的实现充满了信心和决心。

未来，公司将继续致力于提质增效、开源节流、并持续优化组织结构，在长期主义策略引导下，我们将持续研发高投入，持续进行技术创新及产品创新，深度挖掘商用车等市场应用场景及应用领域，拓宽服务赛道，持续提升公司核心竞争力，仍以长期稳健的经营发展思路继续推动公司高质量健康发展。我们会加倍努力，争取用好的业绩回馈广大投资者。

二、问答环节

1、公司研发费用对比同期的略微下降是得益于三级研发架构体系的落地吗？

公司花大力气重构的适合公司发展的三级研发架构已经落地实施，在人员数量有所减少、研发业务需求不断增加的情况下，我们依然能够按时完成研发目标任务。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。

2、公司对于未来的人员规划是怎么样？

公司当前的人员规划策略与业务发展紧密相连，人员招聘规划依据业务的实际开展情况及业务增速情况进行动态调整，这种动态管理的方式有助于公司更好地适应市场变化，精准进行人员招聘并到岗。总体上，公司将继续控制人员增长规模，以保持组织的精干高效。同时，公司还将长期关注并推进降本增效、流程优化和人才换挡等管理事项。这些工作不仅有助于提升公司的运营效率，也有助于培养更多高素质人才，为公司的长远发展奠定坚实基础。

3、海外业务增速较快，公司未来如何大力拓展海外市场？

海外是个以市场需求为导向的价值市场，公司的产品及解决方案技术含量高、品质好、又有性价比优势，附加值较高，市场前景较好，有一定的竞争优势，可获得更多客户青睐。未来，海外市场仍是公司大力投入及拓展的重要市场，我们已提前进行了战略部署：

第一，在海外投资兴建智能制造中心。我们在越南北宁投资兴建了海外第一个智能制造中心，于 2023 年 5 月开工投产，该制造中心的信息、智能化及现代化程度均较高。北宁工厂的建立，可积极应对美国对中国制

造产品的产地限制等问题，包括加征高额关税的影响，越南工厂生产的产品可直接发往美国及周边等国家。未来，海外收入将全部从境外工厂直接发货，可有效应对贸易冲突等事项，有效规避高额关税对业务的影响。

第二，持续在海外投资建立全资或控股子公司。目前在美国、欧洲、日本、中东等地的子公司均已完成注册并投入运营，为当地业务开展提供了便利性；公司在海外当地的本地化人员投入还在持续进行当中，目前，海外营销中心的外籍人员占比有了显著提高；同时，公司在海外多地建有售后维修中心，可提供从订单到交付、到售后维修的全流程一体化服务，为客户创造价值。

第三，培养引进国际化人才，管理赋能。随着公司国际化进程的持续开展，努力培养和引进具有国际化视野的人才队伍，持续提高经营团队的综合管理能力，不断探索和积累海外子公司科学管理经验，为公司进一步的国际化发展积聚能量。

我们对海外市场的持续发展及增长充满信心。

4、海外毛利率高于国内毛利率的原因是什么？

海外是个价值市场，需求推动是业务发展的最大动力，也是公司业务增长的主要原因。公司的海外业务多在经济发达地区开展，市场竞争充分，是个以市场需求导向为主的价值市场，高品质、高技术含量的产品，是海外客户更加关注的事项，加上公司产品在海外的性价比优势，海外毛利率相比国内要高。

国内市场以监管需求为主，在政府监管导向下，业务需求以标准化的国标、部标机为主，产品准入相对海外充分市场化竞争的门槛不太高，单车产品附加价值也不够高，低价竞争态势较为显现，产品毛利率相对海外较低。

大力发展海外市场，加速海外本地化投入等，是公司重要的战略方向，我们对海外业务的持续、稳健发展抱有很大的信心及决心。

5、公司国内业务 2023 年的增长情况较好，今年国内业务将如何开展及推动？

2023 年国内业务相对于前两年，确实增长比较好，但相较于海外的价值市场，国内目前仍是个价格市场，竞争环境不太友好，好在我们已经开始看到各地政府引导企业进行良性竞争，行业发展正逐步由价格市场向价值市场转型，劣币驱逐良币的不良现状应该会有所好转。未来，国内业务，公司将围绕价值做市场，为客户提供门槛足够高的定制类业务，围绕着运输企业的痛点来开发产品，用我们自己掌握的先进技术手段和能力，

	<p>为他们提供有价值、能解决运营企业的痛点和难点的产品及解决方案。比如我们已经开发出的公交车及出租车的 AEBS 产品，可有效解决紧急情况下的车辆安全运营问题，自动紧急刹车系统，可协助驾驶员有效避免交通事故，降低人员伤亡及财产损失。</p> <p>6、请介绍下公司的竞争情况？</p> <p>竞争无处不在，需直面对待。竞争，既可加快行业健康发展，为行业发展助力，又可优化行业玩家，优胜劣汰。既然竞争不可避免也无法阻止，我们能做的就是不断提高、加强自身的核心竞争优势。面对竞争，锐明始终保持领先市场一步到半部的策略，筑牢核心壁垒并不断研发新产品以保持自身的市场地位。公司坚持长期主义策略，在研发上一直多年坚持研发高投入，通过持续不断的研发，深度挖掘公交、出租等行业的需求应用场景，不断发现新的应用需求，通过产品创新等方式，助力公司可持续发展；通过持续推动管理变革，不断提升公司管理效率；通过持续推进智能制造，不断提升生产效率，不断提高交付效率。</p> <p>7、请简单介绍下海外市场的主要增长动力来源是什么？</p> <p>海外市场的增长动力来源主要来自于海外整体的经济景气度及需求较为旺盛，从去年及今年海外销售收入的整体情况来看，公司对海外市场的未来增长充满信心，公司产品有较高的技术含量，和较高的性价比优势。这些都为公司在海外持续拓展打下了良好的基础。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2024 年 4 月 25 日