

证券代码：002376

证券简称：新北洋

## 山东新北洋信息技术股份有限公司投资者关系活动记录表

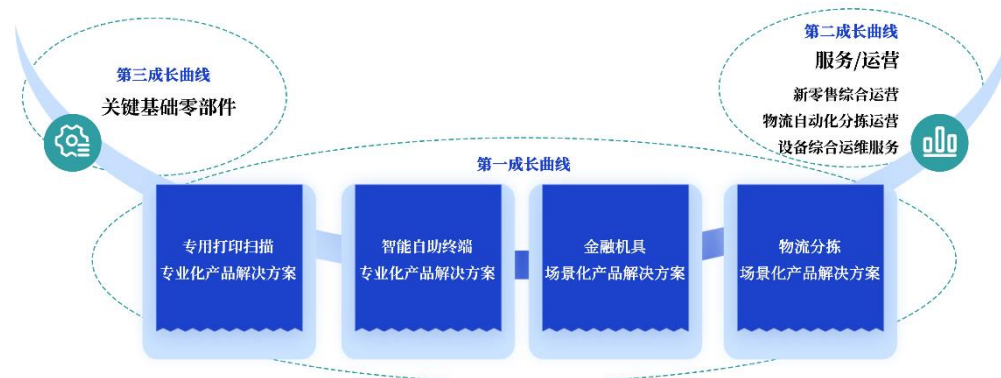
编号：2024-09-11

投资者关系 活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 线上交流
参与单位名称 及人员姓名	国泰基金：孙家旭、韩知昂
时间	2024年9月11日 10:00-12:00
地点	1、新北洋自助智能新终端产业园展厅和智能设备/装备产业基地 2、新北洋科技园行政办公楼6楼会议室
上市公司接待 人员姓名	董事长：宋森 董事会秘书：康志伟
投资者关系活动主 要内容介绍	一、参观新北洋自助智能新终端产业园展厅和智能设备/装备 产业基地 二、董事长对新北洋持续打造“三条成长曲线”情况做详细介 绍。 三、董事长、董事会秘书回答投资者的相关问题。 公司对相关情况进行了记录和整理，形成了《会谈纪要》。
附件清单（如有）	《会谈纪要》详见附件一
日期	2024年9月11日

## 附件一：会谈纪要

### 一、董事长对公司持续打造“三条成长曲线”的情况做详细介绍

新北洋自 2015 年启动二次创业以来，经过 9 年多的探索和布局，已基本完成“一体两翼、八大业务板块”的战略布局。当前，新北洋基本面和成长逻辑都已发生了重大变化，新北洋已经“脱胎换骨”，正在发展成为一个“全新”的新北洋。



同时，新北洋正在持续打造“三条成长曲线”，有计划、有步骤地推进公司战略目标的达成，实现新北洋有质量增长的可持续、可预期，努力做到行业的“数一数二”地位。

#### 1、第一成长曲线

围绕专用打印扫描、智能自助终端两大专业化产品解决方案和金融机具、物流分拣两大场景化产品解决方案，夯实聚焦，稳扎稳打，支撑公司未来 2 至 3 年收入和利润的持续稳定增长。

#### 2、第二成长曲线

围绕新零售综合运营、物流自动化分拣运营和设备综合运维等服务运营解决方案，沿产业链向下游延伸，拓展聚焦，全力以赴，打造公司未来 3 至 5 年新的快速增长点。

#### 3、第三成长曲线

前瞻布局关键基础零部件业务，推动公司业务沿产业链向上游拓展，尝试聚焦，长期坚持，培育公司未来 5 至 7 年后的长远竞争优势与新兴增长极。

通过“一体两翼、八大业务板块”业务战略布局的基本完成和“三条成长曲线”的持续打造，新北洋正在进入发展的“新起点”，未来新北洋不仅要实现收入和利润的稳步增长，而且公司未来业绩的增长完全有可能做到可持续、可预期、有保障。

## 二、投资者问答环节

### 1、新北洋在“技术创新”方面。相较于其他友商有何不同？

**董事长：**（1）根据新北洋的发展历程可以看出，公司从早期的研发、制造专用打印扫描产品的关键零部件开始，逐步发展到研发、制造核心模块、整机，在这一过程中，公司积累了深厚技术和丰富经验，具备了光、机、电一体化产品的技术能力。公司从2015年开始培育发展软件开发能力，依托公司专业化的软件研发团队，逐步的提升和完善了公司的系统集成能力，形成了光、机、电、软一体化产品的核心竞争力，为公司的八大业务板块布局和拓展，确立了坚实的基础。

（2）新北洋持续的优化和提升技术创新的管理能力和机制，公司从2002年引入IPD集成产品开发体系，根据业务发展的实际需求，经过二十多年不断的迭代升级，公司的IPD集成产品开发体系一直在持续的完善和优化中。

（3）新北洋已实现从传统的产品技术思维向“以客户为中心”市场思维的转型，深入洞察客户的需求与痛点，并以此为依据定位技术创新的方向，从而提供更加符合市场需求的专业化和场景化的综合解决方案。

### 2、新北洋海外市场拓展的阶段变化？

**董事长：**第一阶段，新北洋公司成立之初，以海外同类型产品的技术标准作为参考依据，进行相关产品的研发和生产，从而推动海外市场的拓展。相关产品得到海外客户认可的同时，将相关产品进行国内市场拓展。

第二个阶段，近几年，新北洋以相关产品在国内市场拓展的同时，有策略、有节奏的拓展海外市场，重点将经过国内市场的全面主动竞争、充分打磨成熟的产品拓展到海外市场，在“出海”竞争中完全可以实现降维打击，既能快速形成规模化销售，又有较高的利润空间。

### 3、公司的海外市场收入占比持续提升，未来海外市场销售主要以哪些产品为主？

**董事长：**（1）专用打印扫描产品，公司主要集中在欧美等发达国家和地区进行市场拓展，同时在巩固与渠道商、代理商、传统客户良好合作的基础上，更多的重心聚焦在互联网类新型战略大客户的业务拓展。

（2）物流柜产品，公司已经成功与欧洲头部的物流公司达成长期合作，并借助其在欧洲市场的影响力，加速拓展其他邮政、物流类公司，在德国、希腊、捷克等国家实现持续的规模化销售，推动了公司物流柜产品的海外市场占有率快速增长。同时公司也在

积极拓展美洲等其他地区的市场。

(3) 金融机具产品，公司的金融机具产品已拓展到东南亚、南美和一带一路周边等新兴地区和发展中国家，并通过将国内市场验证成熟的产品销售到海外金融机具市场，在海外市场形成了较强的竞争力。同时，公司聚焦“海外商业零售”场景，提供前端和后端，尤其是后端的大额现金存储解决方案。

(4) 物流自动化业务，公司经过近几年国内市场的激烈竞争，公司自研的物流自动化相关单品愈发成熟，并已开始尝试将成熟度较高的单品拓展到海外市场。

#### 4、请介绍下物流自动化分拣运营业务的现状？

**董事长：**目前，国内物流自动化分拣行业已经进入充分竞争的白热化阶段，行业利润率持续下滑。为此，公司及时调整策略，有选择性的参与大中型总包项目，同时加大了对成熟度较高单品的市场拓展力度。与其他友商相比，公司不仅掌握集成核心物流自动化分拣单品的技术，而且具备伺服电机、伺服驱动器等核心关键基础零部件自主开发能力，又可以提供总包集成服务，同时公司使用自主开发的云平台进行精细化管理，综合竞争能力更强。预计未来公司的物流自动化业务的利润率会持续得到改善。

#### 5、请介绍下公司机器人自动化相关业务？

**董事长：**公司自 2018 年起，公司开始研究、策划进入机器人自动化领域，凭借物流领域的客户与技术优势，进入物流自动化分拣行业。通过单件分离等核心产品，与快递、电商物流龙头建立合作。同时，公司将自研的物流自动化分拣关键零部件，如工控主机、伺服系统等，成功应用于自有产品，增强市场竞争力。核心关键基础零部件经过打磨、验证，产品性能发挥稳定以后，公司将会努力向第三方销售和拓展。

#### 6、预计公司未来毛利率改善情况如何？

**董事长：**预计未来公司的毛利率会持续改善和提升，一方面，公司持续加大海外市场的拓展力度，通过将国内市场全面主动竞争、充分打磨成熟的产品销往海外市场，在海外市场的竞争中完全可以实现降维打击，既能快速的形成规模化销售，又有较高的毛利率水平。另一方面，公司八大业务板块布局的基本构建完成，其中多个业务板块进入充分竞争的后半程，市场竞争格局基本稳定，有助于公司毛利率得到持续的改善和提升。

#### 7、公司的产能情况如何？

**董事长：**目前，公司根据充足的在手订单量，正按既定的排产计划开展生产活动。同时，公司为了支撑八大业务板块的持续发展，已开始优化公司园区的产能布局，以确保能够满足未来业务增长的需求。

## 8、对于国内金融机具市场未来发展的看法？

**董事长：**（1）国内市场银行网点大概 20 万个，CRS 产品的存量规模约为 50-60 万台，随着使用年限、金标升级等因素影响，已逐步进入批量迭代更新的周期。同时，基于国内银行网点转型、机器换人等情况，其他类型金融机具产品的市场需求也在逐步释放。

（2）受到国内“自主可控”等信创政策的要求，国外竞争对手基本已经退出国内的金融机具市场。

（3）国内市场经过前几年的激烈竞争，很多同行业厂商持续大规模亏损，甚至退出该市场。公司借助核心模块以及一体化解决方案等竞争优势，目前基本已经进入金融机具头部企业的行列。

未来，随着公司在国内金融机具市场竞争地位的持续提升，预计公司的国内金融机具业务会得到持续稳定增长。

## 9、从未来 3 至 5 年的维度，介绍下公司业务板块的成长性？

**董事长：**（1）公司“一体”业务布局中的四大业务板块，预计未来 3 至 5 年均会呈现持续稳定的增长趋势。

金融机具业务，其成长性是为明确的，国内市场，公司深耕国有行，同时巩固省农信、城商行市场，依托项目经验和技能，在建行、邮政等国有行实现爆发式增长。海外市场，公司巩固老客户、拓展新客户，加强与全球金融集成商合作，并抓住南美、东南亚等市场需求，推动金融机具产品规模化销售。

专用打印扫描业务，公司实施“再聚焦”、“上扩下压、坚守中间”业务策略，推动工业条码打印机等高端产品的开发，投入充分资源；围绕微打机芯、收据、标签、面单打印机等产品，全力进行拓展；在物流、彩票、医疗等细分领域，积极响应需求，稳固并深化中间市场份额。

（2）公司“两翼”业务布局的服务运营业务中的“新零售综合运营”业务板块的成长性是较为明确的，预计未来 3 至 5 年将会呈现持续的快速增长趋势，甚至能可能出现爆发式增长。一方面，公司经过大约 5 年时间的培育，已成功打通新零售综合运营业务的商业模式。另一方面，公司也储备了足够的人才支撑未来新零售综合运营业务的市场开拓。

（3）海外市场，预计未来 3 至 5 年将呈现持续稳定的增长趋势。公司实行国内市场与海外市场紧密协同的拓展策略，部分重点产品在立项之初，公司就会同时兼顾国内

市场和海外市场的共性市场需求；相关产品在国内市场拓展的同时，公司会有策略、有节奏的拓展海外市场，利用国内市场充分竞争打磨的成熟产品，在“出海”竞争中实现降维打击，既能快速形成规模化销售，又有较高的利润空间。

#### 10、公司新零售综合运营业务相比其他友商，其商业模式有何不同？

**董事长：**新北洋的新零售运营业务与其他友商相比，存在以下几方面的不同。

(1) 传统的自助售货机运营商以“商业点位”为主，如公共交通、医院、高校等。而公司坚持“公共点位+商业点位”的业务拓展策略，公司的自动售货机不仅可以提供商业零售的功能，而且可以和政府公共职能相结合，例如公司的设备可以与政府的智慧城市、微型消防站、政务宣传等功能整合，承担部分政府公共服务职能，从而获取“商业点位”难以进入的区域。

(2) 公司坚持“城市聚焦”的业务拓展策略，秉承“做密、做多、做大、做强”的发展思路，构建区域点位密集、投放场景优质的差异化竞争优势，在聚焦城市形成规模效应后，商业模式即可以顺利流转。例如公司在威海、西安等城市的商业模式已经获得充分验证，并稳定运行。同时，公司在做好“城市聚焦”的基础上，打造“区域聚焦”的概念，逐步聚焦山东省内重点城市，持续“做密、做多、做大、做强”。

(3) 公司的新零售综合运营业务不是单纯的布放设备、售卖商品，而是能够提供综合的增值服务。公司拥有专业的软件开发团队，具备强大的软件开发能力，针对新零售运营平台，组建专门的团队开发和维护“人人取自助零售云平台”，并持续迭代，除库存管理、补货计划提醒等基础管理功能以外，也在不断叠加人工智能、AI 识别等能力。

(4) 公司在人才储备方面拥有一套完整培养体系。公司建立有“萤启学院”，可以快速、批量的培养城市点位开拓人才，尤其是面向“公共点位”的开拓人才，建立人才壁垒。

随着公司新零售综合运营业务商业模式的验证和成熟，未来该业务板预计会形成规模化增长。同时，公司自 2020 年开始布局、投放自助售货机，5 年的设备折旧期陆续届满，该业务板块的盈利能力会进一步增强。

(本记录中所涉及的未来发展及展望等前瞻性描述不构成公司对投资者的实质承诺，敬请投资者注意投资风险。)

董事长：宋森

董事会秘书：康志伟

2024年9月11日