

证券代码：300098

证券简称：高新兴

高新兴科技集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021001

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他 电话会议
参与单位名称	招银国际、招商证券、华夏久盈资产管理、凯石基金、长江证券、永丰金证券、万联证券、申港证券、平安证券、农银理财、民生证券、厚兴资本、弘康人寿保险、海通证券、方瀛投资、东兴证券、东吴证券、东北证券、交银理财、华杉投资、北信瑞丰基金等机构线上参与会议
时间及地点	活动名称：2020 年报机构投资者电话会议 时间：2021 年 4 月 21 日 15:00-16:00 形式：线上电话交流
上市公司接待人员姓名	高新兴科技集团： 执行副总裁 董事会秘书 黄璨
投资者关系活动主要内容	一、公司 2020 年度经营情况介绍 2020 年度，公司实现营业收入 23.26 亿元，较上年同期下降 13.63%；归属于上市公司股东的净利润-11.03 亿元，同比减亏 4.71%。公司归属于上市公司股东的净利润出现亏损，主要的原因包括疫情影响导致营业收入减少，盈利能力有所下降，同时计提了商誉、无形资产等资产减值。 2020 年各业务板块实现的收入情况如下：“物联网连接及终端、应用”实现收入 11.97 亿元，占营业收入的 51.45%，其中“车联网产品”实现营业收入 1.53 亿元，较去年同期有较大下滑，主要受海外疫情影响，导致海外“车联网产品”收入有所下滑；“警务终端及警务信息化应用”实现收入 2.80 亿元，占营业收入的 12.02%，比去年同期业绩上升 53.87%；“软件系统及解决方案”实现营业收入 8.50 亿元，占营业收入的 36.53%。收入结构方面，产品型收入已超过 60%，软件

系统及解决方案型业务占比不足 40%。

公司坚定物联网战略，以通用无线通信技术为基础，融合大数据和人工智能等技术，基于公司多年积累的客户资源和行业经验，选取物联网高价值应用领域，立足于车联网及智能交通、公安信息化等垂直应用领域，构筑物联网大数据应用产业集群。

近年来公司因发展需要进行一系列外延式并购，账面上产生了一定商誉，受实际经营情况及所处行业经济形势变化影响进行了一系列商誉、无形资产计提减值，2020 年度业绩承受较大压力，如今公司经过几年自我沉淀与内功修炼，自身的能力定位和发展方向更加准确。

未来公司将持续聚焦已有物联网产品和应用，在车联网及智能交通、公安信息化等领域，提高产品标准化程度及投入产出比，重点销售具有成功案例的成熟产品，提高管理能效，将资源聚焦到有效产出的研发投入和业务拓展中，优先保障当期的收益，积极把握行业发展趋势和市场机会。

二、投资者提问

1. 公司目前处于转型阵痛期，未来的业绩增长点预计主要来自哪些业务领域？

公司布局车联网、汽车电子标识、智能交通等业务领域，看好相关业务后续发展。

2. 公司后续是否会有商誉减值计划？

2020 年末，公司结合实际经营情况及所处行业经济形势变化的影响，按照财务审慎原则，公司判断因收购高新兴创联、高新兴物联、神盾信息存在商誉减值的迹象，经测试，对收购形成的股权类资产计提商誉减值 5.71 亿元。本次商誉减值完毕后公司剩余商誉约为 1.47 亿元，占总资产比重较低，仅为 2.37%，主要集中在高新兴创联公司。

高新兴创联是轨道交通行业中列控和通信设备的核心供应商，相关标准起草单位之一，其新一代列控产品已通过国铁集团的试用评审，高新兴创联列控产品及通信设备的市场占有率目前均处于行业领先地位，同时利用在国铁市场形成的优势产品和成熟的解决方案大力开拓城轨市场，目前公司对高新兴创联未来发展保持乐观的态度，预计后续商誉减值风险不大。

根据企业会计准则，公司每年都会进行商誉减值测试，具体是否减值将视高新兴创联未来的实际发展和评估情况决定。

3. 公司对汽车电子标识的未来规划和发展预期？

汽车电子标识作为汽车的唯一身份标识，即车辆的“二代身份证”，已有相关国家标准，相应试点、技术储备成熟，可以做到对车辆信息的海量、分类、精确、动态采集，实现信息交互、数据共享，同时可以实现无感支付及车辆关联数据电子化，延展应用于交通管理和社会化服务，提升智能交通管理水平、服务公众出行，对预防涉车违法犯罪、维护交通安全和社会稳定具有重要意义。

除此之外，汽车电子标识也是车联网的重要载体，作为车辆的数

	<p>字身份，是网联交互共享涉车证件电子凭证，能为整个车联网的端到端的数据交互提供精准的数据来源。</p> <p>预计汽车电子标识未来推广方式主要分为三类，并且是循序渐进的过程。一是面向营运等重点车辆监管要求而强制安装；二是出于部分地区相关监管部门对涉车治安管控、交通运行监控等整体道路交通安全高管理预期和规划要求而强制安装；三是通过汽车电子标识和互联网、保险等行业相结合的社会化发行方式推广安装。整体趋势预计会是先通过车端标签渗透率的提升以及商业化运营产生的收益反哺路侧及道路端的建设，逐步实现大范围的推广。</p> <p>公司坚定看好汽车电子标识行业的市场空间，作为长期坚持并深耕汽车电子标识领域的领军企业，公司全程参与了汽车电子标识国家/行业标准起草与制定，是国内参与起草标准最多厂商，拥有物联网 RFID 核心专利 400 余项。截止目前，公司已参与 20 多个城市汽车电子标识项目试点及建设，国内汽车电子标识市场占有率第一。同时，公司首次创新实现汽车电子标识和互联网、保险行业相结合的社会化发行推广模式。公司已通过科技研发、产品沉淀、项目积累构筑业务护城河，具备较强的市场竞争优势，后续也会持续关注行业发展趋势，把握市场机会。</p> <p>4. 公司在车联网芯片端储备是否有国产替代化方案？</p> <p>车联网设备包括车载终端及路侧设备，公司已有部分国产化芯片替代方案；基于部分应用对芯片有更高的技术和安全性及稳定性要求，公司也正积极与一些国产替代厂商进行相应的产品适配。</p> <p>公司一贯重视供应链渠道的储备和开拓，不断加强与产业链上下游厂商的合作，建立良性的生态合作伙伴关系，为今后公司业务更广阔的发展夯实基础。</p> <p>5. 公司在新能源车市场是否有布局和发展规划？是否考虑拓展造车新势力？</p> <p>公司新能源车市场目前主要合作对象是国内外主流车厂的新能源车型，公司始终保持开放的合作心态，加强与产业上下游的合作，积极接触相关市场机会。</p>
附件清单(如有)	