

## 熵基科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-010

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（_____）
参与单位名称	共计 18 家（排名不分先后）： 中金银海（香港）基金有限公司、幸福阶乘（香港）私募证券基金、山东富拓私募基金、首创证券股份有限公司、北京资翼私募基金、北京红旗手投资管理咨询有限公司、粤开证券股份有限公司、诺安基金管理有限公司、国融基金管理有限公司、国新国证基金管理有限公司、北京点石汇鑫投资管理有限公司、深圳固禾私募证券投资基金管理有限公司、西安沣相投资管理有限公司、鸿运私募基金管理（海南）有限公司、珠海市海泽股权投资基金管理有限公司、深圳前海聚龙投资有限责任公司、江西铂润投资管理有限公司、珠海合赢融通投资有限公司
时间	2023 年 9 月 4 日 10:00-12:00 2023 年 9 月 4 日 14:00-15:00
地点	熵基科技会议室、线上会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、副总经理：郭艳波 计算机视觉研究院副院长：仲崇亮
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>Q：2023 年上半年国内销售同比下降的原因是？公司未来是偏重国际业务吗？</b></p> <p><b>A：</b>2023 年上半年国内销售同比下降的主要原因为国内经济复苏不及预期，导致市场信心不足，中小企业控费降本，需求缩水，中大企业降本增效虽有一定需求，但需求不及预期。</p> <p>公司国内和海外市场同等重要，目前公司在国内积极布局和开拓新的业务（如智慧零售、初生婴儿医疗系统、新能源充电桩、城中村改建项等），同时通过“智慧号”持续推进渠道下沉，公司会持续加大国内市场投入；海外业务涉及的国家多，毛利高，是公司业绩增长的重要来源，未来相对投入也会大一些。</p> <p><b>Q：公司国内最大的竞争对手有哪些？</b></p> <p><b>A：中国市场：</b>公司在三大主营业务上不存在完全竞争的对手，在不同领域内公司与捷顺科技、海康、神思电子等公司存在部分产品竞争。</p> <p><b>海外市场：</b>出入口和身份核验领域，国际上友商主要是 Suprema、Domakaba，但均与公司业务侧重点有差异。</p>

**Q：公司的自研大语言模型有什么特点，可以应用于什么业务应用？**

**A：**公司的大语言模型是基于公司的场景化应用对基座大语言模型进行微调和适配，目前主要是面向垂直领域的应用开发，比如产品问答机器人、商超导购机器人、智能前台及智能客服等等。除了在云端部署之外，我们比较关注大语言模型在边侧的部署能力，因此轻量化、低成本的部署能力是我们当前的工作重点；另外，多语言特别是应用于小语种的能力，也是我们产品及服务国际化的一个重点需求。

**Q：资本市场方面，公司是否有产业链上下游并购/合作计划？主要是国内还是国外？**

**A：**公司因战略规划及业务发展需要，作为有限合伙人使用自有资金人民币 4,800 万元与合肥兴牛私募基金管理有限公司合作设立生态创新基金，整个基金规模 1.2 亿，将投向为“计算机视觉领域，多维感知智能终端，场景交互机器人，场景云服务软件，AR 数字孪生，数字身份证等赛道产业链上下游”。

该生态创新基金的设立地点是在国内，目前暂无具体并购计划，公司未来将与国内、外优质的上下游企业探讨合作方案，将积极规划对公司发展和投资者负责任战略布局，并将按照监管要求及时进行信息披露。

**Q：公司在国外的经销商的定价权是在公司吗？**

**A：**定价权主要在公司，不同国家/区域经济发展水平会导致消费能力有所不同，最终造成销售价格的差异；公司会根据各国家的市场情况及与各经销商的合作情况（如合作规模、合作年份、稳定性等），综合考量，合理定价。

**Q：公司如何看待公司目前的股价？**

**A：**二级市场股价受多方面因素综合影响，公司将坚持战略定位，努力提升公司的经营业绩和内在价值，积极回报投资者。

**Q：智慧零售业务的收费模式？业务主要做国内还是海外？**

**A：**智慧零售业务主要通过提供智慧商业云平台整体解决方案和服务，来实现盈利。具体来说，它通过收取云平台 SAAS 服务、数据运维服务和广告分成来获得收入。此外，它还通过提供智能终端设备销售或租赁服务来收费。

公司初步计划在全球十多个国家和地区推广智慧零售业务，其中东南亚（如泰国、印度尼西亚、马来西亚等）、拉美（如墨西哥）等国家和地区已全面启动智慧零售业务市场推广工作，目标客户群体包括商超、连锁餐厅等，主要为客户提供智能显示终端、云平台的搭建、广告信息内容的编辑等服务。未来将专注于为零售、餐饮等场景提供智

慧商业 SaaS 云平台, IaaS 租赁业务和 AI 智能分析服务。

**Q: 公司向 Workday 提供的云托管业务, 主要是指?**

**A:** 公司于 2016、2017 年开始在美国试点, 推出分时段及工种薪资计算服务模式, 与美国 Workday 公司合作, 在美国主要的航空公司、机场、日用消费品巨头、工业领域等客户, 他们有很多外包工作, 外来人员的打卡记录会从云端与 Workday 公司服务对接, 实现支付、报销等管理需求; 公司是经 Workday 认证的考勤数据收集业务解决方案合作伙伴, 同类别授权企业只有三家, 另外两家分别在美国和德国。基于设备更换成本, 以及公司软硬件产品质量、产品服务等优势考量, 目前公司是 Workday 该业务的主要合作伙伴。

**Q: 公司在厦门的业务主要有哪些?**

**A:** 公司厦门研发中心主要负责应用软件开发、软件定制开发、生物识别算法开发、国内物联网平台开发; 主要是解决方案、平台侧的开发。

**Q: 公司深度学习和模式识别算法的优势是?**

**A:** 公司的算法主要聚焦在几十万人数据模式识别和深度识别为主(二级变量取值); 主要面向 SMB 企业级市场提供智慧出入口管理、智慧身份核验、智慧办公场景相关的产品、应用、解决方案及服务, 如企业一卡通、停车管理、身份核验等; 当下我们正在把传统线下业务升级为云业务, 借助互联网、物联网、大数据、云计算等向用户提供更好的运营、运维服务。此外, 模式识别对算力需求相对较小, 在很小的芯片上可同时集成多种生物识别方式; 公司研发团队经过多年技术积累, 在小数据、多任务、多模态等技术上积累了核心技术能力。

**Q: 公司在海外各国家的销售占比情况? 主要来自哪些国家?**

**A:** 公司境外业务目前已遍及 100 多个国家和地区。2023 年上半年, 销售靠前的区域为: 美国、亚太及拉美地区。

**Q: 公司在国外的销售收入, 都是以美金结算吗?**

**A:** 大部分国家采用美元结算, 少部分国家采用当地货币结算。

**Q: 公司销售费用和研发费用占比情况?**

**A:** 2023 年上半年, 公司销售费用投入约 1.96 亿元, 占营业收入比例为 20.93%; 公司研发费用投入约 1.01 亿元, 占营业收入比例为 10.78%。

	<p><b>Q：公司数据安全方面布局情况？</b></p> <p><b>A：</b>由于公司的长期布局，公司注重各国业务的合法化、本地化；海外方面，目前公司在印度设立研发中心，在泰国建设制造供应链基地，在美国有本地化的闭环服务供应链。公司一直以来就高度重视合规工作，遵循相关国家的合规要求，严格遵守产品的标准，公司的各项经营活动都深入并融合到当地，以应对海外经营风险，并布局全球供应链体系，目前我们在各个国家的经营活动都合规开展。</p> <p><b>Q：智慧身份核验产品上半年同比下滑的原因是什么？</b></p> <p><b>A：</b>2023年半年度，公司智慧身份核验业务收入0.77亿元，同比下降22.32%，主要系以身份证阅读机为切入点的传统身份认证业务总量呈下降趋势，市场项目类需求减少所致。</p> <p><b>Q：关于智慧出入口和智慧办公这两块业务，公司未来的展望是？</b></p> <p><b>A：</b>智慧办公的业务正在进行云业务转型，已在墨西哥、印度、泰国试点，云业务收费的收入占比逐年提高；国内方面，熵基互联已开始做云业务转型。</p> <p>智慧出入口的产品分类较多，收入占比大，且持续增长。国内今年主要在做新能源和新生儿出生管理系统，以系统平台为主。城中村建设改造、海关、机场、沙特未来城等项目都会用到公司的产品，未来市场空间非常大。</p>
<b>附件清单（如有）</b>	无
<b>日期</b>	2023年9月4日