

# 北京映翰通网络技术股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2024-006

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（线上会议）
参与单位名称	开源证券、海通证券、国盛证券、浙商证券、永赢基金、华安基金、富国基金、汇添富、博时基金、华泰柏瑞、诺安基金、中欧基金、国泰基金、申万菱信、尚正基金
时间	2024年5月13日—5月17日
地点	公司会议室、券商策略会
上市公司接待人员姓名	董事会秘书李烨华女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>Q1：公司智能配网状态监测系统在 2023 年实现了快速的增长，该系统产品在 2024 年情况如何？</b></p> <p>A:2023 年，公司智能配电网状态监测系统产品实现营业收入 12,711.61 万元，同比增长 58.15%，主要因 2023 年当期销量上升叠加 2022 年延期交付订单在本期实现。随着配网数字化建设的推进，以及公司在电力领域的不断拓展，公司智能配网状态监测系统产品会保持稳定的增长趋势。</p> <p><b>Q2：公司智能售货系统在 2023 年下滑 10 个点，2024 年，这个板块的经营情况如何？</b></p> <p>A: 2023 年，受市场经济景气度影响，市场需求缩减，智能售货控制系统产品收入下降 10.31%。2024 年，公司 AI 智能售货柜产品的市场推进强劲，国内市场项目正在落地；同时，从全球市场看，在移动支付的高普及率和无接触购物需求的驱动下，智能售货机市场规模在不断扩大，公司目前也在全球市场积极寻找机会，适配北美的 AI 智能售货柜已推出，针对东南亚的 AI 开门柜样机已交付测试，希望在不远的将来，公司智慧商业板块可以在海外市场打开局面。</p>

**Q3: 公司车载产品的未来发展趋势如何?**

A: 公司车载网关产品主要应用于特种车辆（公共交通车辆、救护车、工程机械车辆等）的设备联网，属于后装市场，下游客户主要是公共交通行业系统集成商。公司车载网关产品支持在全球进行应用，目前在国内、欧洲、北美、东南亚等地均有项目落地，其中欧洲地区的市场落地最快，已实现批量出货。目前，公司正加快市场拓展速度，加速产品落地。

**Q4: 公司企业网络产品落地情况如何?**

A: 公司企业网络产品项目进展顺利，在北美地区逐步落地，随着公司企业网络板块产品矩阵的不断丰富，渠道建设的不断完善，公司企业网络产品会向全球其他国家和地区逐步推进落地。

**Q5: 公司工业 IoT 板块产品的落地场景有哪些?**

A: 公司工业 IoT 板块产品有工业边缘智能网关、工业路由器、工业交换机、实时能源管理系统解决方案，主要落地场景为设备预测性维护、工厂数字化、公共事业数字化、新能源数字化、楼宇能效管理等应用场景。

**Q6: 公司在渠道建设方面的进展情况如何?**

A: 2023 年，公司在渠道建设方面取得良好的成绩，在全球范围内发展了数百家渠道合作伙伴，渠道伙伴数量相较 2022 年实现翻番，品类分销率大幅提升，TOP 代理商的销量稳步提升。2024 年，公司仍会继续渠道建设方面的工作，会在重点区域深度覆盖，继续拓展更多代理商；进一步加强与已有代理商的深度合作，建立与合作伙伴长期、互惠、信任的合作关系，提升产品代销率；未来实现覆盖更广，客户更大，渠道建设更快的趋势。

**Q7: 公司对 2024 年的预期如何，未来围绕全球化战略有何布局?**

A: 根据公司制定的 2024 年预算方案，公司 2024 年的营收目标为实现 30%以上的增长，净利润目标约为 1.3 亿元，目前，公司各部门都在积极为实现本年度的目标而努力。

全球化是公司长期的战略目标，围绕这一战略，在现有五大业务

板块基础上，公司正在集研发、产品、供应链、市场、销售之合力打造一个坚实的全球网络，做优做好产品竞争力，做大做强业务规模，努力成长为国际化的知名科技公司。

1、公司持续加大在关键核心技术及新产品新技术的研发投入，在五大业务板块发布多款新产品，并为更多的行业应用产品实现技术储备；同时公司产品研发向国际化方向延伸。公司针对北美市场推出面向运营商渠道的极具竞争力的 FWA、ODU、蜂窝路由便捷联网系列产品；为欧洲市场推出支持 ITXPT 标准的系列产品；完成针对海外的 IWOS 版本的开发工作；AI 开门柜的研发也已向北美展开，针对东南亚的 AI 开门柜样机已交付测试；边缘计算网关所有型号适配欧洲、北美、澳大利亚的蜂窝网模块；各云平台中英文版本同时发布。

#### 2、产品部门工作全球化推进、充分发挥产品部门桥梁作用

(1) 在公司现有产品的基础上，面向全球市场不断丰富产品生态组合，覆盖更广泛的应用场景；(2) 产品部门担负研究行业市场、客户需求的责任，确定产品的目标方向，根据市场需求情况沟通研发方向，产品正式投产后，还要配合销售团队将产品成功推向市场，形成规模销售；(3) 产品部门以全球视角对公司海内外市场业务发展提供产品培训支持，并在重大项目上为销售提供强有力的支撑。

#### 3、品牌推广和高效营销服务体系建设

利用 AI 技术推动数字化营销方式，提升宣传内容与质量；加强市场部门与研发、产品、销售等部门的密切联系，及时传递市场信息；建立海外市场 Marcom 团队,更好的针对海外市场开展市场推广活动。通过品牌推广打通用户线上和线下的数据，形成双轮驱动的发展动力，促进形成市场营销部门与研发、产品、销售部门合作完成从线索到赢单的良性闭环。

#### 4、强化多元供应链体系，保证供应链的强健

为了应对国际政治贸易风险，公司已在泰国、加拿大初步建立了多元的供应链体系，嘉兴主生产基地、泰国生产基地、加拿大生产基地三地多元的供应链能力可以保障公司产品在海内外市场的产能供

	<p>给，支撑公司全球化销售体系。</p> <p>5、继续建设全球化销售体系堡垒，为公司持续稳定发展奠定坚实基础</p> <p>随着公司全球化战略进一步推进，未来公司会逐步建立完善以北美、欧洲、亚太、中国为核心的全球销售体系，将销售力量、技术支持力量逐步在全球主要区域落地，辐射更广阔的市场范围。</p> <p>针对渠道合作伙伴建设，未来会在重点区域深度覆盖，继续拓展更多代理商；进一步加强与已有代理商的深度合作，建立与合作伙伴长期、互惠、信任的合作关系，提升产品代销率；未来实现覆盖更广，客户更大，渠道建设更快的趋势。</p> <p>公司会继续打造优化海内外电商平台，电商平台实现数字化，降低成本，提高效率；多平台推广，提升企业知名度，创造更多商业机会点；打造公司物联网通信设备的线上销售平台。逐步形成线上服务全球中小客户，提升产品交付效率；线下聚焦大客户，建立以区域管理为主的全球销售体系，双轮驱动覆盖全球大中小客户。</p> <p>公司对销售团队不断进行优化和升级，针对薄弱环节进行培训提升，适应行业需求的不断更新变化；积极引入具有海内外市场销售经验的人才，逐步建立专业化的销售团队，为未来的业绩提升打下良好基础，助力公司全球化战略目标的实现。</p>
附件	无
是否涉及应当披露重大信息	否