

证券代码：603025

证券简称：大豪科技

北京大豪科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20230429

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 <u>电话会议</u> | |

时间：2024年4月29日下午15:00至16:00

接待方式：电话会议

上市公司接待人员姓名：董事会秘书王晓军先生、证券事务代表郭玉静女士、投资总监吴琮女士

参与单位名称及人员姓名：

开源证券 陈宝健

开源证券 李海强

投资者关系活动主要内容介绍：

会议主题：开源计算机大豪科技子公司量子加密业务解读

开源：大豪是开源非常看好的标的，公司主业恢复良好，高速增长，在量子加密领域布局较为领先，上周发布的年报和一季报，从年报4季度来看，公司收入加速，1季度收入加速、收入利润创新高，显示了公司及行业拐点已到来，公司在手订单饱满，下半年是传统旺季，对于公司主业的持续高增长是非常看好的，公司控股子公司兴汉网际在密码产品、量子加密有前瞻的布局，也有产品推出，有请公司投资总监吴总对兴汉网际情况进行分享和介绍。

吴琼：先简单介绍控股子公司兴汉网际的业务情况和未来布局。兴汉成立于 2006 年，大豪 2022 年 8 月进行股转成为控股股东，现在持有兴汉的股权是 47.72%。兴汉总部位于北京，专注于做网络通讯行业和硬件平台设计的硬件设计公司，也是专用的硬件设计平台的领军企业。去年引入 1.8 亿元的战略投资，引入了 3 家知名机构。有 3 大业务板块：网络安全硬件平台、云网融合、特种行业。加密机是网安其中门类之一，市场及政策端对于数字安全重视，近些年加密机行业发展较好。国内部分上市公司已经在做软件方面的布局，兴汉是硬件平台供应商，与传统上市公司有交付过硬件方案。量子方面，量子技术在国家层面得到推广，引入电信战投，电信对量子技术和量子通讯的布局蛮有前瞻性，未来持续化落地将成为领军企业，公司与电信有股东层面的合作，已与子公司签订深度战略协议，与中电信量子有量子技术、量子密钥的布局、合作，前期设计方案已完成，已进入小批量测试阶段。

问答阶段（提问者：开源证券；答复者：大豪科技吴琼女士）

问：您刚才提到的产品（密码机、量子密码机）可触达的前瞻市场有多大？竞争方面可以向投资者做个深入交流吗？

答：密码机是传统网安设备子门类，并不是新鲜产物，而是政策推进，公开数据看国内市场规模有几十亿，但未来需求增多、商业密码需求触及各个领域，未来会有更好的发展。密码机核心是密码技术，密码技术有很多分类，从刚开始国外引进到现在，慢慢陆续有几大类别，传统密码技术主要是密钥形式，密码安全性是通过复杂的对称加密技术确保数据加密，AI、大数据等的发展导致算法有可能不一定那么安全，现在推进的量子计算技术，区别于传统密码技术，量子密码核心在于量子比特的特性，随机密钥，密码有随机性，更为安全，市场端和技术端未来在全面推广过程中可以完全取代原来的密码技术，或者说给现在的国家政策更加推广的产业有个新的助力。但现在量子密码机市场规模有多大还不好预估，因为毕竟是新产物，这两年国家才大力提倡的量子计算应用于各个领域，量子密码市场规模目前在前期产业化布局、产品设计阶段，所以只能说看看电信或者是整个量子技术行业的前景吧。

问：您觉得从行业发展、技术变革的角度来说，这次量子产业包括量子通讯、量

子密码板块的变革和前几年相比，这次产业落地在哪些方面真正产生较大的变革，会导致产业进一步加速？往后看和中国电信在股权上的合作布局带来的机会如何展望？

答：主要的通讯是三大运营商在推广，我们和电信的交流比较多，我们了解到电信未来可能更加侧重于量子 and AI 相关技术做一些推广，从我们自己能够触及的通讯业务端的产品设计来看，量子技术是一种新型技术，新技术落地时间的周期。公司从开始有合作机会到有雏形产品去做测试，也是花了蛮久时间。今年从我们自身业务来说，密码机产品已经完成定制化的设计和研发，已在保密局验证阶段，自己的业务形态上已经有聚焦东西，现在看市场化推进速度。电信的合作力度，您看它把中电信量子提成二级子公司，公开信息可以看到，从众多举措来看，对量子技术的推广是有决心、有市场动作的，国盾披露的财务信息和业务形态已经在把量子运用到产品形态里头，像光电类产品、安全类产品、核心设备。从这个角度，电信在可预见的一两年内吧，电信是有力去做一个全面化的推广的，但推广速度还不太好预判。

问：那比如说现在有和电信联合进行项目的预研和规划设计的那种吗？

答：有的，像密码机已在验证过程，除此之外和中电信量子也在合作另外两个产品，但这还是在设计过程中，一个是 5G 的 CPE，还有一个 IOP 的网关设备，这两类产品电信也是希望把量子的加密技术放到原来的产品结构里头，针对这方面，我们子公司也是在跟中电信量子做一些定制化的设计方案和开发。这两个产品也是基于国产化的平台去做整体解决方案。

问：您提到的这些产品毛利率多少？和之前的加密机比会不会更高些，在推广初期毛利率会不会试点时更高？

答：这几款产品都没有到达全面推广，电信可能也没有到达全面推广阶段，电信所有都要到集采类，我们其实不知道最后定价，目前测试阶段，不好预判。加密机传统网络安全硬件设备毛利和净利比较透明，但量子技术还是有前瞻性的，对于整个信息安全保密程度优于传统密码机，刚开始也会在重点领域进行推广，做一些试点，从正常商业逻辑来讲，重点行业小试点单价更高，推广开后成本、单

价、利润会陆续下降，但目前这款产品会以什么样的推广形态还不好预判。

问：传统网安主业今年和未来一两年净利润怎么样，未来增长驱动力怎么看？

答：兴汉网际之前也是相对单一产品，做网络安全硬件平台，客户承压严重，采购能力和需求端有下降，兴汉很早就打算将自己的抗风险能力打开，更加多元化，所以我们收购后现在兴汉有 3 大业务板块，不是单纯的网络安全硬件平台提供厂商，有网安业务、云网业务、特种业务产品。从去年数据看，兴汉实现逆势增长。增长来源于几方面，第一点呢，传统网安行业赛道从第三方数据看是千亿级别，网安硬件平台是百亿级别的，市占率分散，兴汉前身是台湾上市公司下面的控股子公司，能够完成收购的重要原因是这个公司和我们都看好网络安全细分门类在国内的发展需要国家支撑。台资、外资背景很难在赛道跑赢，所以我们完成了这次收购，国资身份的转化、加持对于兴汉在传统网络安全业务板块是非常好的助推，兴汉能获得更多的能量。去年网安行业市占率提升，竞争优势较大，未来发展后获得更多市场增长点。第二点呢，业务布局，一个是云网业务，一个是特种，特种军工能源类比较小众、定制化点，云网完全是以自我品牌和运营商打交道，现在云网业务也多了很多边云端的解决方案，这些产品兴汉在国内是很有先发优势的，今年电信体系内 cpe 细分赛道内的招标，在 x86 平台上兴汉遥遥领先其他家，和大型运营商有深度合作关系，未来增速值得期待。

问：23 年兴汉 3 大业务收入体量、毛利率分别什么情况？

答：23 年兴汉收入 3.68 亿，网络安全硬件平台份额占比较大，份额占到快 90%，毛利率 20%多，净利率 10%左右。云网业务利润率高于网安业务，信创毛利率高于传统网安硬件。网络安全和通讯设备门类很多，不能同一而语。整体来说，云网利润率好于网安，信创在网安里头表现更好。

问：方便从下一个行业角度拆分一下可能哪些拆分行行业占比会比较高吗？

答：兴汉除了云网业务主要面对客户是运营商，像信创啊或者是说其他的特种行业，它其实都是先交付给我们熟知的网安上市公司，像兴汉比较大的客户深信服、启明等都是它的客户，哪怕是信创它其实也是先交付给这些厂商，这些厂商装上

他们的软件整体交付给终端客户，所以从兴汉直接的客户来拆的话，其实拆不了那么明确。

问：假设这些网安公司他们的财务状况出自于下游会有些压力的话，他们采购我们的产品的话有要求我们的毛利率有让步嘛？

答：在大环境不是特别好的情况下，他们的交付单价降低了，对于整个网络安全产业链上的大家都会有影响，但目前来看，兴汉去年整体利润率维持正常，没有明显下滑。

问：从收入端角度来说，我们可以用网安行业或者客户的上市公司收入增速去类比我们这块的一个收入增速嘛？还是说会更高一些？

答：我们应该会比他们更高。因为我们是吃百家饭的，我们不是完全和客户正向关系。这也就是为什么去年已经披露的网络安全硬件公司只有一两家是增长的，其他家都是下降的情况下，我们还是实现逆势上涨，我们没有单一客户依赖的问题，我们是通过不断推广新客户，去达成更多的业务触角，收入的抗风险能力变得更好。

问：量子这块后续有没有重要事件或者可以跟踪的指标去跟踪行业进展以及我们自己的业务落地情况？

答：从我们自己业务产品来看，量子加密机、量子 5G、cpe、量子网关相关产品来看，我们自己有产品的跟进，假如产品进入保密局测试，测试结果能不能拿到相关认证，前期研发产品，客户小测结果产品是不是稳定，是笔不是符合客户要求，这是我们自己内部管理产品真个运营周期来说，是有一个可以监控的时间点，但是市场端有没有明确的政策或者信号告诉我们有大批量供应我觉得不一定，可以关注下电信相关集采吧。

问：您个人感觉产品技术成熟度够规模化推广了是吧，下游客户包括电信他们采用这个的驱动力是什么？毕竟宏观环境下大规模采购，他还是有一些方面的考虑吧？

答：两个角度，从我们自己角度来说，根据测试结果与客户适配、调试就可以了。从电信角度来说，我们合作的中电信量子核心业务定位都是技术设计、技术研发为主，我们也是跟他们做一些前沿技术的交流，真正推广电信产品情态下，电信需要和分子公司内部做一些强制化要求或布局。从兴汉自己来看，去年和电信成都分公司已签订战略合作协议，与四川尤其是成都有深入合作意向，成都把我们前期产品也在做测试，测试没问题的产品可能会做同级别省份的推广，但这是电信内部的事，我们也不好预判。简单来说，市场一旦爆发，我们已经做了技术铺垫，一定会抓住机会，但是什么时候市场爆发不好说。

参会者提问环节

问：请教下缝制机械情况，4月份公司出口、内销市场情况，毛利率有提升嘛？

答：从自身发货量来看，4月份态势保持良好，有些单子已经到了6月份，保持了相对高产。我们产品多元化，毛利率多维度决定，相对毛利率高的产品整体发货不错，但假如供不应求的话，单产品加价目前没有明确的想法，因为大家还是希望能在一个有序的市场上，不要刻意搅乱市场价格吧。

问：我们这边能感受到下游产品是出口还是内销嘛？还是说我们把产品发给设备厂商就不知道他们到底是出口还是内销？

答：公司自己产品不直接出口，产品都是先给到设备厂商，设备厂商做出口或内销业务，但是我们会和终端客户做一些交流，目前来看，这两块都有。出口大家有一些需求，我们自己去去年也是开发了迪拜、阿联酋一些新的出口可触及的国家，我们在这些业务还有传统的印度出口大国还是保持着良好的推广。内销还是汉服影响，内部需求蛮旺盛的，所以这两部分都有增长，没有此消彼长的关系。

问：我们出口收入分布是不是和宏观层面的缝制机械设备出口分布差不多呀，可能比较大的是印度、东南亚市场？

答：嗯，是的，差不多的。

日期：2024年4月29日