

证券代码：301330

证券简称：熵基科技

熵基科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-005

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 39 家（排名不分先后）： 海银财富管理有限公司深圳分公司、海通证券股份有限公司、深圳前海德承资产管理有限公司、光大证券股份有限公司、深圳前海万利私募证券投资基金管理有限公司、北京鼎萨投资有限公司、招商证券股份有限公司、深圳前海德云资产管理有限公司、深圳菁英时代资本管理有限公司、长城证券股份有限公司、浙商证券股份有限公司、深圳市景石投资管理有限公司、申万宏源证券有限公司广东分公司、深圳红荔湾投资管理有限公司、深圳市高益私募证券投资基金管理有限公司、望正资产、明富基金、五矿证券有限公司、深圳市信正资产管理有限公司、德邦证券股份有限公司、国金证券股份有限公司、华美国际投资集团有限公司、中信建投证券股份有限公司、华创资管、中信建投资管、上海涂灵资管、博道基金、中金基金、亘曦资产、勤辰资产、东吴自营、悦溪投资、广州玄元投资、翀云基金、添橙投资、瓦洛兰投资、松熙基金、鸿盛资产、中信保诚基金
时间	2023 年 3 月 22 日 09:30-10:30、15:00-16:30 2023 年 3 月 23 日 13:30-14:30
地点	公司会议室、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 ZKDIGIMAX 首席执行官：Supardi Tan 研发中心副总经理：仲崇亮
投资者关系活动主要内容介绍	<p>Q：公司目前的业务结构，未来会着重投入海外吗？ A：公司国内和海外市场同等重要，未来国内经济复苏，公司会持续加大国内市场投入；海外业务涉及的国家非常多，未来相对投入也会大一些。</p> <p>Q：公司是产品型公司，还是系统集成型公司？单个系统集成项目的平均收入是？几大业务场景的实施和销售方式是否有所不同，收入大概比例是？ A：公司是以多模态 BioCV（自主知识产权的多模态计算机视觉及多模态生物识别技术的简称）为核心技术，专业提供智慧出入口管理、智慧身份核验、智慧办公产品及解决方案一体化公司。 公司按照智慧出入口、智慧身份核验、智慧办公三大类应用场景拆分统计销售，未单独按照系统集成项目拆列统计收入。 智慧出入口、智慧办公、智慧身份核验业务主要采取经销与直销相结合的销售模式；以经销为主，近年来直销占比逐年提高；三大场景业务，以智慧出入口业务占比最多。</p> <p>Q：公司海外的主要竞争对手有哪些？能否简单说一下公司与捷顺科技、神思电子、盛视科技的区别吗？ A：海外市场：出入口和身份核验领域，国际端友商主要是 Suprema、Dormakaba 和 HID Global，但均与公司业务侧重点有差异。 神思电子是以身份证产品为主，服务金融、医疗等行业，以直销为主；捷顺科技主营停</p>

车、通道业务；盛视科技主要做进出口边检业务。

上述几家友商均与公司部分业务存在重合，熵基科技在多模态 BioCV 技术上有一定的优势。

Q：公司海外销售按国家/区域（如北美、欧洲、东南亚等）销售占比情况是？

A：公司境外业务目前已遍及 100 多个国家和地区。亚洲、拉美、北美都是销售占比较高的区域。2021 年，公司海外销售前 5 大国家分别为美国、墨西哥、阿拉伯联合酋长国、印度、沙特阿拉伯，占海外主营业务收入比例分别为 18.22%、6.86%、6.78%、6.40%、5.24%。

Q：公司近三年销售收入均在 20 亿左右，其中海外业务在 10 亿左右，占比 50%，鉴于中美关系、俄罗斯与西方的关系，是否对公司的国际业务产生比较大的影响？以及影响会有多大，如果有大的影响，公司如何应对这个外部影响？

A：公司早在十几年前布局海外市场同时进行本地化建设，注重海外各国家业务的合法化、本地化，持续关注国际关系和市场变动情况，保持国际化、本地化运营模式，避免现在以及未来可能存在的贸易争端和地缘政治等风险。目前公司在印度、泰国都有技术服务及制造供应链基地，在美国有本地化的闭环供应链服务。公司一直以来高度重视合规工作，遵循相关国家的合规要求，严格遵守产品的标准，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。公司拥有全球化的营销网络布局和多区域/国家销售模式，目前海外经营都合规开展，同时公司也将积极采取措施应对潜在或突发的各类风险，保障公司海外市场合规运作。

Q：公司一直以来毛利率在 45%到 41%之间徘徊，净利润率在 10%左右，公司在经营方面成绩优异，能否预测一下未来 2-3 年公司产品的毛利率和净利率的走势？

A：在原材料供应稳定的情况下，未来 2-3 年公司产品毛利率和净利率预计会保持平稳略微上升的趋势。

Q：公司四大研发中心各自的职能是？对于最新的 AIGC、多模态识别等技术的演变，结合公司所处的行业来看，公司具体的进展落地状态是？公司未来研发投入方向？

A：公司部署了 4 大研发中心：①莞深研发中心：主要负责身份认证、智慧办公及智慧出入口三大业务各硬件设计开发，包括固件设计及定制开发；②厦门研发中心：主要负责应用软件开发、软件定制开发、生物识别算法开发及国内物联网平台开发；③大连研发中心：主要负责针对中国区的软件定制开发；④印度研发中心：主要负责国际 MinervaIoT 平台及 SaaS 应用开发运维、云平台解决方案服务、针对国际的软件定制开发及最新的 AI 技术的研发等。公司基于多模态 BioCV 核心技术架构一直在进行深耕储备，另外随着技术的发展更新、用户使用习惯的变化、产品的更新迭代，公司也同步保持对新技术趋势的研究，时刻关注市场和行业内新技术的发展动态，并结合公司自身主营业务和未来新业务发展与拓展需求，做好业务和深层技术方面的研发布局与储备。

Q：关于智慧零售，为什么选择印尼公司合作，具体考虑的因素和竞争优势是？智慧零售业务和公司现有业务的契合度是？智慧零售业务对标公司有哪些？智慧零售的收费模式是？

A：DMMX 公司的间接股东、ZKDIGIMAX 首席执行官 Supardi 先生是公司最早期的合作伙伴之一。DMMX 公司拥有三大主营业务：①提供内容管理服务：为客户已有的设

施提供定期维护和内容托管服务（屏幕墙、数字海报屏和广告标牌）；②提供基础设施及服务：提供数字标牌的租赁计划，包括为客户安装以及定期维护和内容托管服务；③提供广告内容投放服务：通过广告市场向各大品牌提供实体店舖内广告投放位；印度尼西亚 85%的零售商店为 DMMX 客户。2019 年 DMMX 公司在印度尼西亚证券交易所 (IDX)成功上市，在印度尼西亚本土市场的竞争对手不多。

DMMX 公司在东南亚智慧零售市场的成熟商业模式与成功应用，结合公司在全球的营销网络布局和强大的产品线阵列与研发技术实力，助推全球零售及餐饮企业数字化升级，从而进一步扩大公司市场规模，提高公司业绩水平，提升公司竞争力。

在智慧零售业务完整赛道上，目前还没有业务完全重合的对标公司。

公司通过提供智慧商业云服务收取云运维服务、智能服务、广告分成费用，通过提供智能终端租赁收取租赁费。

Q：智慧零售业务在正常的业务进展过程中，有什么样的差异化竞争策略，以应对市场竞争？

A：公司的产品线非常广，应用到智慧零售场景里的是众多产品及解决方案的集成；公司基于智慧零售场景及自主知识产权的人工智能物联网平台推出面向传统中小型零售商的 ZKDIGIMAX Level3 数字化营销解决方案，解决方案提供了 5 大核心服务（MinervaIoT 物联网平台、机器视觉分析平台、大数据分析平台、AIGC 平台、广告制作分发平台）和相应的智能终端；依托物联网、大数据、云计算，深耕智慧零售，运用机器视觉分析技术，在人与场景的交互和场景赋能体现创新价值；基于数据湖进行多维度智能商业分析，提供全方位、全场景、全链条、新型无界零售平台服务。

公司通过新加坡全资子公司 ZKTECO SG INVESTMENT PTE. LTD.与印度尼西亚上市公司 PT Digital Mediatama Maxima Tbk.（以下简称“DMMX”）共同在新加坡投资设立 ZKDIGIMAX PTE. LTD.（以下简称“ZKDIGIMAX”）公司，本次合作旨在通过围绕、推动 DMMX 的 IaaS（Infrastructure as a Service）、CMS（内容管理系统）及管理服务方案与公司的智能数字标牌、BioCV 计算机视觉人机交互技术，MinervaIoT 物联网云平台和服务能力融合，为零售、餐饮等场景提供智慧商业 SaaS 云平台 and AI 服务，助推全球零售及餐饮企业数字化升级，从而进一步扩大公司市场规模，提高公司业绩水平，提升公司竞争力。

Q：关于智慧零售业务，公司是否有让投资者更期待的投资落地？

A：ZKDIGIMAX 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。此外，DMMX 团队的多数成员，早期曾就职于零售公司（如 7-11 等），人员经验丰富，未来的市场空间非常好。

公司初步计划在 19 个国家和地区推广智慧零售业务，其中东南亚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、药店、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。

Q：智慧零售的产品应用，对于公司业务的规模和运营效益的提升大概预估是？

A：公司对 ZKDIGIMAX 合资公司的拟出资投资额为 1600 万美元，未来会在该赛道加深投入和拓展。智慧零售业务目前还属于起步阶段，暂时无法给出未来具体的收入和比重情况，目前来看整个行业的市场潜力较大。该部分业务预计未来会是公司业务的一个增长点。

Q: 公司的产品应用场景非常广泛, 现在在 ChatGPT 领域有哪些应用前景, 目前的准备工作是? 是否有接入 OPenAI, 目前的进展和节奏是?

A: 面向智慧零售场景, 通过集成语音识别、AIGC 和语音合成技术实现广告屏上的互动购物助手, 与客户交流对话, 寻找商品, 推荐商品, 提升顾客与广告屏的交互体验、购物体验。

目前处于 OPenAI 接口测试阶段。

Q: 公司海外业务占比非常高, 在日常汇率波动方面, 公司如何应对处理; 对今年的利润影响情况是? 记账汇兑损益时间是?

A: 公司海外业务大部分使用美元结算, 若美元持续升值, 对公司的业绩有良好的积极作用。公司财务中心有专门的团队关注汇率波动和资金管理, 为减缓汇率波动给公司业绩带来的波动, 当汇率下降时, 公司会对部分美元资产进行远期套保, 对冲汇率波动给业绩带来的部分影响。公司是在每个资产负债表日记账汇兑损益。

Q: 关于股权激励的问题, 公司在企业 IPO 的时候引入股权激励机制, 对高管的积极性是否有影响? 当时这个股权激励政策是否咨询过专业的咨询机构或券商主导, 后期公司是否会推出合适的股权激励方案?

A: 公司上市前, 结合员工自身意愿, 并充分咨询保荐团队后, 高级管理人及核心员工通过设立专项资产管理计划参与公司发行并上市的战略配售。公司上市后, 于 2022 年 9 月 30 日公告发布 2022 年限制性股票激励计划(草案); 未来公司也将根据实际需求推出不同的激励计划。

公司股价受多重因素影响, 股价短期波动是正常的, 公司高管对公司未来长期看好。

Q: 公司是否有产业链上下游并购计划?

A: 公司因战略规划及业务发展需要, 拟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, 投资方向为“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”。

公司暂无具体并购计划, 公司未来将与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的战略布局, 并将按照监管要求及时进行信息披露。

Q: 公司 2022 年三季度报告资产负债表上的在建工程是?

A: 主要为混合生物识别物联网智能化产业基地项目前期工程。

Q: 公司海外今年的订单情况和态势?

A: 海外市场方面, 整体保持平稳增长, 公司也在持续关注国际大环境和政策变动, 以及及时应对各种风险。

Q: 公司海外产品可以与微软、谷歌或其他公司的 ChatGPT 和 AIGC 相关的 SDK 做集成吗?

A: 目前该块技术主要应用于公司智慧零售业务。

Q: 公司业务发展的主要痛点, 不可预期重大风险在哪里, 以及相关的应对措施?

A: 从竞争上看, 行业市场竞争越来越激烈; 公司紧跟行业最新技术和布局变化, 加强

	<p>市场敏感度，集中力量做好研发创新和技术储备。从国际形式上看，未来因为地缘因素和全球贸易政策的不确定性等，公司业务可能会受到一定影响；但由于公司的长期布局，公司注重各国业务的合法化、本地化；目前公司在印度、泰国都有技术服务及制造供应链基地，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顺利开展。</p> <p>Q：公司对国内和海外市场的业务发展趋势判断是？</p> <p>A：国内消费逐渐回暖，预计会逐步恢复；海外市场方面，整体保持平稳增长，公司也在持续关注国际大环境和政策变动，以及时应对各种风险。目前国内经济上行，公司也已分步启动全球营销网络建设工作，加大市场推广及下沉建设力度。从整体上看，未来市场预计仍呈现正向增长态势。</p> <p>Q：公司对未来的整体业务增长展望，以及各大场景业务的贡献是？公司未来是否有 3-5 年规划？</p> <p>A：公司在传统业务和云业务运维同时布局。公司接下来方向还是基于主赛道，基于多模态 BioCV 核心技术持续深入智慧出入口、智慧办公、智慧身份核验场景市场，如电子证照、园区解决方案、云业务等，同时根据场景与行业拓宽生态合作。</p> <p>云业务方面，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。鉴于美国的成功示范，公司计划从东南亚开始，在全球进行推广；国内方面，也将根据市场需求进行下一步的布局。</p> <p>智慧零售方面，公司已开始在东南亚、中东、拉美等地区布局与推广。</p> <p>公司在数字身份认证的新技术预研方面做了很多规划和布局，公司为 CTID 可信身份认证平台服务商，面向政务、教育、医疗、商业等行业提供可信身份认证服务；公司通过了“可信数字身份二维码模组”产品认证，这项技术是电子身份证广泛、安全应用的基础；目前主管部门尚未发布相应政策，公司已经做好了相关的技术储备。</p> <p>智慧零售、云业务是公司下一步重点发展业务；此外，公司在新能源业务、数字广告、数字身份证业务及 IOT 运维业务、物联网等方面均有布局。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 3 月 24 日