

证券代码：002970

证券简称：锐明技术

深圳市锐明技术股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-009

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 checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他			
	单位名称	参会者姓名	单位名称	参会者姓名
参与单位名称及人员姓名	国投证券	马诗文	花旗银行(中国)有限公司	宋剑辉
	花旗银行(中国)有限公司	徐广	中信证券	杨倩
	中信证券	杨倩	国盛证券	李可夫
	武汉重楼私募基金管理有限公司	周香年	深圳久迹星辰咨询合伙企业(有限合伙)	严琛
	循远资产	田超平	深圳展博投资	肖斌
	博时基金	廖常青	博时基金	万丽
	国投瑞银基金	朴虹睿	上海重阳投资管理	卫书根
	鸿运私募基金管理(海南)有限公司	张弼臣	摩根基金管理(中国)有限公司	胡迪
	创金合信基金	李晗	深圳固禾私募证券基金	文雅
	广东微宇私募基金	刘政科	长城财富资产管理	胡纪元
	泓德基金	董肖俊	上海重阳投资管理	吴伟荣
	首创证券股份	邓睿祺	财通证券	王妍丹
	融通基金管理	钱佳兴	红塔证券	俞海海
	华福证券	魏征宇	方正证券	景柄维
	郑州智子投资管理有限公司	李莹莹	国投证券	路璐
	上海勤辰私募基金管理合伙企业(有限合伙)	钱玥	中邮人寿保险	朱战宇
	亚太财产保险	邢晓迪	深圳市尚诚资产管理	向红旭
	富国基金	蒲梦洁	九泰基金	黄皓
	深圳市尚诚资产管理	黄向前	蚂蚁科技集团股份有限公司	王力
	上海牧鑫私募基金	汪晨曦	个人投资者	杨红军

	财通基金	金梓才	财通基金	袁泽强
	长江证券	祖圣腾	中信证券	唐如如
	中信证券	蔡隽	长江证券	饶君
	天风证券	缪欣君	天风证券	李璞玉
	长江证券	牛大海	浙商证券	林亮亮
	博时基金	谢泽林	海通证券	杨蒙
	上海信息技术创业 投资	张辉	福建豪山资产	蔡再行
	现代汽车(中国)投 资有限公司	杨钰泽	上海骐邦投资	高自扬
	乾锦豪(深圳)资产 管理	曹棋	东方财富证券	吕林
	张家港高竹私募基 金	李心宇	个人投资者	李明
	宝盈基金	侯嘉敏	华安证券	李雅鑫
	上海坤阳资产	焦庆	杭州弈宸私募基 金	谢国民
	光大证券	颜燕妮	上海瀚伦私募基 金	汪帅
	鸿运私募基金管理 (海南)	舒殷	海通证券	张友卿
	个人投资者	王斌	北京晓鹰投资	查民
	个人投资者	郝宏涛	华福证券	张昕
	个人投资者	张洪志	厦门财富管理	陈英其
	个人投资者	唐梦觉	浙商证券	叶光亮
	深圳市云众创融投 资	李德生	国泰君安证券	陈剑鑫
	兴合基金	侯吉冉	厦门观升私募基 金	陈霖
	百川财富(北京)投 资	唐琪	个人投资者	巨永林
	北京中财龙马资本	闵岳	个人投资者	范章华
	个人投资者	徐记超	个人投资者	刘军
	银河基金	田萌	易米基金	杨臻
	个人投资者	王烘生	华泰证券	王珂
	国盛证券	陈泽青	华为技术有限公 司	杜仲夏
	鹏华基金	董威	平安基金	黄维
	东兴证券	文奕婕	北京盛曦投资	许杰
	上海信鱼私募基金	李霖	北京大道兴业投 资	黄华艳
	深圳前海君安资产	卢晓冬	兴证全球基金	申庆
	个人投资者	许飞	金股证券投资咨 询广东	曹志平
	国元证券	耿军军	上海途灵资产	周家玮
	深圳固禾私募证券 基金	纪双陆	金库骐楷(杭州) 私募基金	张瀚
	深圳丞毅投资	胡亚男	中银国际证券	宋方云
	民生证券	崔若瑜	上海混沌投资(集 团)	徐中杰

	个人投资者	任迪	深圳华强鼎信投资	周海
	磐厚动量(上海)资本管理	胡建芳	上海固信投资控股有限公司	蒯明
	深圳欢乐港湾私募证券基金	胡长虹	长城证券	黄俊峰
	上海丰仓股权投资基金	路永光	华安证券	李元晨
	华龙证券	赵志强	富国基金	赵宗俊
	国金证券	孟灿	中信保诚基金	王睿
	宁国市兄弟货运有限公司	王燕	永赢基金	任桀
	中国国际金融	朱镜榆	中科沃土基金	徐伟
	钟港资本	尤娜	泰康基金	金宏伟
	诺德基金	孙小明	深圳市红石榴投资	何英
	深圳清水源投资	吴伟	北京高信百诺	王亮
	上海聆泽私募基金	翟云龙	世纪证券	范俊雄
	上海名禹资产	王友红	上海五地私募基金	成佩剑
	深圳丰岭资本	金斌	深圳前海鲲鹏私募证券	王立伟
	共青城鼎睿资产	王可丹	诺安基金	左少逸
	广州睿融私募基金	许高飞	上海嘉世私募基金	李其东
	郑州云杉投资	李晟	诺安基金	童宇
	深圳幸福时光私募证券基金	刘英	中信证券	张雅君
时间	2024年5月7日			
地点	公司会议室			
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：赵志坚 副总经理、董事会秘书：孙英 产品研发总经理：胡修彪 独立董事：向怀坤 财务总监：刘必发 证券事务代表：陈丹 证券事务专员：龚晓涵			

投资者关系
活动主要内
容介绍

一、公司经营情况概述

2023年，对于公司来说是值得纪念的一年，通过锐明人艰苦卓绝的努力，公司业绩恢复性增长，各项业务的开展逐步向好发展。当年实现营业收入16.99亿元，同比增长22.8%，仅比最好年份的2021年略降0.8%；归属于上市公司股东的净利实现1.02亿元，同比增长约1.7倍；从2023年四个季度的净利情况看，每个季度与上年同期相比至少都有一倍以上的增长，恢复性增长态势较为明显。

公司所在的商用车行业，是国内及海外都在大力发展的物联网、车联网、人工智能等技术较为集中的领域，行业正处在蓬勃发展机遇中。公司秉承稳健经营的策略，积极进行国内外市场布局，特别是大力拓展海外市场，公司继续以技术创新为抓手，持续迭代升级多个商用车智能化解决方案。目前，公司已经推向市场的AEBS、欧标等创新业务，深受客户欢迎。以AEBS为代表的创新业务，在2023年不但实现国内落地量产销售，现已走向海外，在不久的将来，该类创新业务会给公司带来新的业务机会及增长动力。2023年无论是国内业务还是海外业务均重回增长轨道，主营业务中的国内收入同比增长19.5%、海外收入同比增长27%，而其它收入的外协加工业务，同比增长也有15.7%，公司经营业绩开始全面恢复性增长。在主营业务中，海外业务通过持续不断的市场拓展及本地化投入，2023年收入占比接近60%，而2024年Q1更是接近70%，海外业务已然成为公司的基石业务。

毛利率方面，2023年毛利率42.95%，同比提高4.2pct，其中海外平均毛利率成为新的最高值；2024年Q1的海外毛利率与2023年全年相比略降0.3pct。未来，公司仍会加大海外市场投入，一是逐步扩大销售区域，继续进行本地化投入；二是通过持续不断的研发高投入，向海外客户提供更有价值的高附加值产品，同时保持毛利率水平持续稳定。

应收账款是公司日常重点管控的项目之一，日常通过周报、月报、月度例会等形式进行重点管理，年内未出现大额坏账情况，坏账准备按要求已足额计提，不存在虚增利润的情况。

在存货管理方面，2023年底的存货总额与2022年底基本持平，在2021年为保障供应链稳定而储备的高额存货已降至2023年底3.3亿的合理水位，且还在不断优化中，存货跌价准备已按要求足额计提，不存在虚增利润的情况。

未来，应收款及存货仍是公司日常重点管控的内容之一。

越南工厂的经营情况，公司业务目前还处在恢复性增长阶段，因过去几年收入下滑，东莞工厂的产能略显过剩，在考虑中美贸易战、供应链危机等因素情况下，公司于2022年底前后在越南北宁投资建立了海外第一家以全资子公司管理模式下的完整生产线，于2023年5月初开业经营。越南生产线开业至今刚刚一年，目前产能利用率还不太高，但产品直通率及良品率均达标，2023年的部分收入已由越南提供。未来将视国际局势的相关变化，公司还会在海外其它地方投资建设新的生产基地，为海外产品全部由境外生产基地供应作相应准备。

今年一季度，公司营业收入实现5.02亿元，同比增长37.2%，一季度的收入应该是公司历年来新的高点；今年一季度归属于上市公司股东的净利实现5,313万元，同比增长1.2倍，也是历史高点。今年仍是公司恢复性增长的一年，货运、出租、公交等传统行业正快速补涨。

从目前的业务推动情况看，海外市场需求比较强劲，加上公司产品的技术领先性及较高的性价比优势，增长趋势未改变。

未来，公司仍会加大在货运等产品线上的持续投入，不断挖掘货运、公交等业务的相关应用场景，积极研发适合货运、公交等行业应用的相关产品及解决方案，不断拓宽商用车产品线，进而扩大市场份额。

无论从全球宏观经济情况、国内外经济运转情况、公司所处行业整体发展情况及公司创新业务的落地情况看，公司业务未来增量空间较大，未来值得期待！

二、问答环节

1、2023年度，公司在海外市场的发展情况如何？在欧美等海外市场，我们是以

什么产品打入新兴市场的？

在 2023 年，我们观察到了一些显著的市场趋势。在不断降低供应危机对公司产生影响的过程中，很重要的一件事就是在保持美国市场高销售占比的同时也需要在其他地区有更高速的增长以摆脱对美国市场的单一依赖。曾经，美国市场是锐明的第一大海外市场，但从 2023 年度的经营数据来看，欧洲市场的销售收入增速首次超过美国市场的增速，并且在今年第一季度继续保持了这一领先态势。尽管欧洲市场一直以来的增长速度相对平缓，但其持续增长的力量不容忽视，多年来稳步上升，最终超越了美国市场。

另外，拉美市场在去年的数据表现中略显不足。然而，亚太和中东地区则展现出了强劲的增长势头，尽管基数相对较小，但整体市场呈现出一片繁荣景象，各地均呈现出高速增长的状态。

关于进入新兴市场的策略，我们的产品选择因地区而异。以拉美地区为例，得益于拉美地区公交信息化程度相对较低，为我们提供了广阔的发展空间。每个国家都有其独特的发展阶段和需求，因此我们实施的是“一国一策”的策略，提供不同的产品和解决方案。再比方说在美国，校车市场至关重要；而在中东，我们主要聚焦于公交和校车解决方案，这是因为中东的海湾地区非常富裕，出租、公交、校车等市场都采用了我们高端的解决方案。而在货运领域，由于中东地区的货运多依赖于欧洲或拉美国家的覆盖，我们在该领域的业务相对较少。

总结来说，不同的国家因其发展阶段和需求差异，需要我们提供不同的产品和解决方案，“一国一策”为我们提供了良好的拓展市场的机会，我们将继续根据市场需求调整策略，以满足各地客户的独特需求。

2、请介绍下公司在前装市场的进度，以及未来的展望？

目前欧标产品对于锐明主营业务收入的占比尚较小，但通过欧标产品进入前装市场对我们公司具有深远的战略意义。因此，我想强调其战略意义的重要性。在过去，锐明也考虑过涉足前装市场，但那时主要集中在法规件的生产上，如大家所熟知的部标机，这些产品由于强制安装和标准化，其利润空间相对较低。坦白说，我们在这一领域的竞争力有限，因为价格竞争非常激烈。因此，我们决定进行市场转型，转向更有价值、更具挑战性的领域。在国内市场和前装市场中，我们致力于开发那些对客户特别有价值，同时竞争对手又难以复制的产品和服务。

在海外市场上，我们也面临一些挑战。一些海外公司凭借其庞大的规模和市场份额，常常提出高昂的价格和严苛的合作条件，这对中国企业的国际化发展构成了一定阻碍。在这种情况下，我们决定自己独立开发产品，以占领更多市场份额。尽管这一过程充满困难，例如每个车型的研发费用可能高达百万人民币，但我们相信这是值得的。

至于目前销量还不大的原因，主要有两点。首先，新的战略转型尚未全面展开，欧标的强制执行将从今年的 7 月 1 日开始正式实施。其次，虽然我们的产品符合欧洲标准，但目前主要应用于欧洲的客运车辆，而非我们期待的货运车辆。这是因为中国货车大量进入欧洲市场尚未成为现实，但我们对此持乐观态度，并期待未来会有所改变。

虽然目前我们的效益还未完全体现，但我们已经对于该市场打下了良好的基础，随着时间的推移，欧标产品的收入可期。

3、请介绍下对海外工厂的未来规划以及未来在海外实现本地化生产的盈利能力是否高于在国内生产？

首先，我要强调的是，我们在海外建立工厂的主要目的并非单纯为了提升供应链的效益，而是出于战略考虑，确保海外客户的供应链更加稳定和安全。目前，我们的越南工厂已经投入运营，并且我们也正在积极研究在海外建立第二个工厂的可能性。虽然具体的方式可能不完全相同，例如我们会考虑代工等形式，但我们的目标是一致的，即为客户提供更可靠、更安全的供应链服务。

就效益而言，坦率地说，目前海外工厂的效率可能并不如预期中的那么高。但是，当我们综合考虑战略目的、关税影响等因素时，可以得出结论，这样的布局是合算的，除了能够规避关税（例如，在越南本地化取得产地证后，产品出入美国可以免征关税）外，更重要的是，这样的布局让我们的客户感到更加安全。在当前全球经济环境下，供应链的稳定性和安全性对于客户来说至关重要。通过在海外建立工厂，我们能够为客户提供更加可靠、稳定的供应链服务，从而增强客户对我们的信任和依赖。

因此，尽管海外建厂的过程中可能会遇到一些挑战和困难，但我们相信，这样的战略布局将为我们带来更多的机遇和优势。

4、请问在日常经营中，公司运用哪种模式多一点？是本地化属地的业务拓展还是跟随国内相关公司一同出海？

从当前情况来看，公司的产品在海外市场主要还是通过当地的拓展和渠道进行销售，而与国内相关车厂合作出海的比例还很小。但我们对未来与车厂合作出海的可能性持乐观态度。在与车厂合作出海的产品中，很多是可以脱网应用的系统，与车联网系统有所不同。这些产品如盲区监测、360度环视系统等，通常具备独立的欧标认证，可以在车辆上独立运作。由于这部分业务刚刚开始，因此在今年内可能不会产生太大的收入。但这将成为公司的一个新业务机会和增长点。由于目前还处于业务起步阶段，因此难以给出具体的预测数字。但根据目前接到的车厂订单情况，以及市场的发展趋势，初步估计未来该市场的潜力较大。同时，我们也需要密切关注市场动态和客户需求，以便及时调整业务策略，确保公司能够抓住更多的市场机遇。

5、请问欧标整体设计车型有哪些？市场空间情况如何？毛利率大概是何水平？能否高于公司的海外毛利率水平？

欧标我们专注于两大业务领域。首先，我们与中国客车厂商紧密合作，助力其车辆出口至欧盟二十多个国家，并搭载锐明制造的安全系统。虽然毛利率受多种因素影响而动态变化，但我们可以自豪地说，该业务的毛利率会高于我们在海外市场的平均水平。

其次，在广阔的市场空间中，我们观察到中国向欧盟出口的客车数量持续攀升，年增长率显著。展望未来，我们期待不仅客车，中国货车也能顺利进军欧洲市场，这将为我们的安全系统带来更广阔的销售前景。

为了把握这些机遇，我们制定了明确的战略计划。一方面，我们将不断提升解决方案的研发与创新能力，以满足日益增长的客户需求；另一方面，我们将积极加强在欧洲本土的市场拓展。目前，我们已经成功打入土耳其市场，并取得了良好的开始，我们有信心未来将在更多前沿市场实现突破。

欧洲对于安全解决方案的标准要求严苛且标准化，但这也为我们带来了竞争优势，因为竞争对手相对较少。随着我们客户群和车辆投入的持续增加，研发的边际成本将趋近于零，这将有力推动我们业务的快速增长，并进一步提升我们公司在国际市场的竞争力。

6、公司未来在欧标产品的预期情况，该业务模式是否能扩展到海外其他区域？

自2024年7月1日起，欧盟二十多个国家的所有新车都将强制搭载安全解决方案，即需要符合欧盟标准。同时，不仅限于欧盟，越来越多的非欧盟国家，如日本、澳大利亚和墨西哥等地，也开始将欧洲的安全标准作为重要的参考，并逐步纳入其车辆安全法规体系。这一趋势为公司带来了发展机遇与挑战，我们也期待该市场的表现。

7、公司怎么看待自动驾驶技术的发展，对公司业务可能的影响？

我们确实在L2和L4级别的自动驾驶技术上投入了研发力量，并取得了一定的成果。然而，这并不意味着我们将改变公司的主营业务方向，转而全面投入自动驾驶产品的开发。事实上，我们并不打算推出标准化的自动驾驶产品，因为我们深知在这个

领域，我们已经有了很多优秀的竞争者。我们的策略是将这些自动驾驶技术的研究成果，巧妙地融合到我们当前的安全解决方案中。通过这种方式，我们不仅能够保持公司在安全解决方案领域的领先地位，还能够为客户提供更加智能化、高效化的产品体验。

8、请简单介绍下国内外市场的主要增长动力来源是什么？

推动公司业务增长的因素主要可以分为刚性需求驱动、技术进步及政策推动三个方面。

首先，刚性需求是驱动公司业务增长的一大动力。安全需求、运营企业效率提升需求以及行业监管需求等刚性需求的存在，使得公司的产品和服务在市场上具有广泛的应用场景。这些需求不仅推动了公司现有业务的增长，还为公司未来的业务拓展提供了广阔的空间。

其次，技术进步也为公司的业务增长带来了强大的支持。人工智能、大数据等新兴技术的兴起，为商用车相关功能的实现提供了技术支持。技术进步不仅带来了应用场景的拓宽和深入，还加速了公司的业务增长。通过不断研发和创新，公司能够推出更加符合市场需求的产品和服务，从而进一步提升市场竞争力。

最后，政策推动对公司业务增长有一定的促进作用。早几年，国内相继出台的行业相关政策，曾为公司的业务发展提供了支持，但近几年，国内政策推出的较少，业务发展依靠的实际是市场需要。海外基本上没有什么政策推动事项，其发展更多的是依靠公司产品较高的科技含量、极具竞争力的性价比优势等。2022年7月欧盟推出的欧洲安全法规，简称欧标，要求在2024年7月强制执行，这一政策将为公司在欧洲及英国市场提供一定的增量发展机会，能够助力海外业务进一步增长。

9、三级研发体系的落地对研发效率有一个比较大的提升，那么在后续的经营中，公司研发费用是否会有下降？

公司花大力气重构的适合公司发展的三级研发架构已经落地实施，并且确实可以预见我们的研发费用率会相应下降。但这种下降并不意味着我们在研发上的投入减少，而是由于规模效应和效率提升带来的自然结果。

在研发方面，我们将其明确分为两块：一是针对行业和客户的定制化开发，二是基础研发。由于我们面向的是多元化的市场和客户群体，定制化开发是必不可少的。然而，在基础研发方面，我们将持续加大投入，确保技术领先和产品创新。在基础研发上的投入实际上是逐年增加的。

在定制化开发方面，随着业务规模的扩大，我们的平均费用率将逐渐降低。这是因为我们已经对底层技术进行了深度抽象和稳定化处理，使得整个开发过程更加高效和成本可控。这种降低的费用率将为我们带来更多的利润空间，同时也将支持我们在更多新兴场景进行拓展和创新。

在人力分配方面，我们的研发架构是分层分级的，以确保资源的高效利用。在硬件适配和基础平台方面，我们大约投入了1/3的研发人力；而在各个行业的开发上，则投入了2/3的研发人力。

10、公司是出于什么考虑研发CMS的？对于该产品的未来展望如何？

我们始终坚持市场导向，专注于那些有需求、有竞争力且具备技术壁垒的领域。自2023年上半年起，我们开始积极投入CMS的研发与市场推广，目前已经在中国的前装车厂实现销售，同时在亚洲国家的公交车上也取得了后装市场的销售突破。这一成果标志着我们成功完成了从0到1的跨越，并且产品质量得到了市场的认可。

关于未来的市场空间，虽然目前难以给出确切的数字，但CMS作为一个新兴领域，其潜力和机会巨大。尤其是随着黑光技术和AI技术的不断发展，CMS的功能和应用范围将进一步扩大，为驾驶员提供更全面的安全保障。

对于国内市场的发展节奏，我们确实观察到了一定的滞后性。尽管CMS已经合法上路，但并非强制安装，这导致市场的反应相对较慢。然而，随着商用车安全问题的

日益突出，我们相信 CMS 的市场需求将会逐渐释放。特别是当 CMS 与盲区监测系统相结合，提供更全面的安全保障时，其市场竞争力将进一步提升。

在欧洲市场，CMS 的渗透率已经相对较高，且法规对安全性的要求也更为严格。因此，我们将重点投入研发，将欧标的盲区要求和 CMS 要求融合在一起，并结合黑光技术，打造具有竞争力的产品。我们相信，这样的产品将能够更好地满足客户需求，提升我们在欧洲市场的竞争力。

11、请详细介绍下过去几年，公司在内部管理具体有哪些重大变化？

过去几年，尽管公司业务受到了一些客观因素的限制，但我们在内部修炼上并未松懈，反而做出了诸多战略调整，这些努力对公司的长远健康发展起到了至关重要的作用。

首先，我们投入大量资源和资金重构了三级研发架构。上市后的三年间，研发支出超过了 7.6 亿，虽然短期内成本增加，但这笔投入极大地提升了研发效率、准确率和快速交付能力。这种效果在 2023 年已经开始显现，2023 年的研发支出同比下降了 12.55%。此外，通过三级研发架构的进一步深化，架构顶层开放给核心合作伙伴，通过双方分层合作开发等模式，进一步提升了公司的开发效率和快速交付能力，加强了与客户的粘性，对销售水平的提升起到了积极的推动作用。

其次，我们成功实现了从单芯片方案到多芯片方案的转变。这一转变不仅使公司产品更能满足客户的定制化需求，还降低了国际摩擦对公司业务的影响，增强了公司的市场竞争力。

再次，公司的供应链布局也得到了优化，更加适应当前国际局势的变动。例如，我们在越南北宁地区投资新建了海外制造中心，这是公司目前智能化、信息化、现代化程度最高的工厂。这一举措不仅提升了生产效率，还确保了公司产品在全球范围内的稳定供应，满足了国内外市场的需求。

最后，我们持续加大在海外市场的投入，积极提前布局海外各个市场。这为公司未来几年在海外市场的发展和增长打下了坚实的基础，有助于提升公司在全球市场的竞争力。

综上所述，这些战略调整不仅巩固了公司的发展基础，还使我们能够更好、更从容地应对外部环境的变化。它们为公司未来实现高质量发展打下了坚实的基础。我们相信，在未来的日子里，公司将继续保持稳健的发展态势，实现更好业绩。

12、公司的产品迭代的原因是什么？

技术进步是推动锐明不断前进的首要动力。作为一家致力于创新的公司，锐明每年投入大量资源进行研发，紧跟最新的技术趋势，并将这些先进技术应用于产品中。这种技术领先的策略不仅让锐明在市场上占据了有利地位，还为客户提供了更高效、更优质的产品解决方案。

其次，围绕客户需求进行研发也是锐明的战略之一。通过深入了解客户的需求和痛点，锐明能够精准地把握市场脉搏，开发出符合市场需求的产品。这种以客户需求为导向的研发策略让锐明的产品更加贴近实际应用场景，能够更好地满足客户的实际需求。

此外，锐明更加注重将技术应用于实际场景中，通过深入了解场景的特点和需求，开发出具有针对性的产品解决方案。这种基于场景的创新策略让锐明的产品更加实用、高效，能够更好地解决客户在实际应用中遇到的问题。

13、在公司的各个产品线中，今年哪些行业是比较有潜力的？

货运行业在公司的主营业务收入中销售占比是最大的，并且近年来呈现出快速增长的趋势。这种增长不仅体现在市场规模的扩大，还体现在产品种类的丰富和技术的不断进步上。并且未来仍有巨大的增长潜力。货运行业的产品种类非常丰富，从简单的 GPS 定位跟踪器到带有视频功能的 AI 辅助驾驶系统，再到盲区监测系统和货箱容积侦测等高级功能，这些产品不仅满足了客户多样化的需求，也推动了整个货运行业的技术进步和产业升级。

	<p>尽管公司目前在校车、公交等行业的渗透率还不够高，但未来也具有巨大的潜力，公司也计划在未来加大拓展力度，特别是在公交信息化方面，在全球范围内仍有继续发展的机会。</p> <p>公司通过不断推出创新产品、拓展细分市场等方式，积极应对市场变化，提升产品核心竞争力，为未来的发展奠定了坚实的基础。</p> <p>14、公司的芯片目前用的是哪家的？</p> <p>公司经过几年的三级研发架构的持续投入及改造，目前可快速切换多家芯片方案。现使用的有安霸、联咏、瑞芯微、地平线、海思等多家芯片。海思芯片有成本优势，技术性能强、产品稳定性高等特点，目前多用于国内产品中，而出口到美国等国家的產品全部采用的是非国产芯片。</p> <p>15、公司国内业务 2023 年的增长情况较好，今年国内业务将如何开展及推动？</p> <p>2023 年国内业务相对于前两年，确实增长比较好，但相较于海外的价值市场，国内目前仍是个价格市场，低价竞争仍是常态，国内业务，公司将围绕价值做市场，如大力推动公交行业发展，为公交客户提供门槛足够高的定制类业务，同时，围绕着运输企业的痛点来开发产品，用我们自己掌握的先进技术手段和能力，为他们提供有价值、能解决运营企业的痛点和难点的产品及解决方案。比如我们已经开发出的公交车及出租车的 AEBS 产品，可有效解决紧急情况下的车辆安全运营问题，自动紧急刹车系统，可协助驾驶员有效避免交通事故，降低人员伤亡及财产损失。</p> <p>16、海外业务增速较快，公司未来如何大力拓展海外市场？</p> <p>海外是个以市场需求为导向的价值市场，公司的产品及解决方案技术含量高、品质好、又有性价比优势，附加值较高，市场前景较好，有一定的竞争优势，可获得更多客户青睐。未来，海外市场仍是公司大力投入及拓展的重要市场，我们已提早进行了战略部署：</p> <p>第一，在海外投资兴建智能制造中心。我们在越南北宁投资兴建了海外第一个智能制造中心，于 2023 年 5 月开工投产，该制造中心信息化、智能化及现代化程度均较高。北宁工厂的建立，可积极应对美国对中国制造产品的产地限制等问题，包括加征高额关税的影响，越南工厂生产的产品可直接发往美国及周边等国家。未来，海外收入将全部从境外工厂直接发货，可有效应对贸易冲突等事项，有效规避高额关税对业务的影响。</p> <p>第二，持续在海外投资建立全资或控股子公司。目前在美国、欧洲、日本、中东等地的子公司均已完成注册并投入运营，为当地业务开展提供了便利性；公司在海外当地的本地化人员投入还在持续进行当中，目前，海外营销中心的外籍人员占比有了显著提高；同时，公司在海外多地建有售后维修中心，可提供从订单到交付、到售后维修的全流程一体化服务，为客户创造价值。</p> <p>第三，培养引进国际化人才，管理赋能。随着公司国际化进程的持续开展，努力培养和引进具有国际化视野的人才队伍，持续提高经营团队的综合管理能力，不断探索和积累海外子公司科学管理经验，为公司进一步的国际化发展积聚能量。</p> <p>我们对海外市场的持续发展及增长充满信心。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2024 年 5 月 8 日