

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：2024-030

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 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"/> 反路演 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（线上会议）			
	参与单位名称及人员姓名	单位名称	参会者姓名	单位名称
承珞（上海）投资管理		马行川	富安达基金	朱奕
上海名禹资产		王益聪	海通证券（自营）	卫书根
海通证券（自营）		潘亘扬	天津远策投资	李博
平安基金		刘杰	中意资产	沈悦明
上海名禹资产		王友红	富国基金	张富盛
恒泰证券		马刚	LCRICH CAPITAL MANAGEMENT	闫慧辰
深圳市博隆伟业私募		黄俊	国金证券	赵彤
国寿安保基金		宋易潞	天风证券	李璞玉
上海勤辰企业管理咨询		钱玥	创金合信基金	陆迪
海通证券		杨蒙	弘毅远方基金	包戈然
上海五地私募基金		成佩剑	东兴基金	周昊
北京鑫翰资本		贺林涛	观富（北京）资产	唐天
富国基金		于苏枫	深圳市恒盈富达资产	吴超
南方基金		钟贇	长盛基金	侯智中
鹏华基金		李君	江苏瑞华投资控股集团	章礼英
循远资产		田超平	九泰基金	黄皓
福建天朗资产		柴清清	九泰基金	傅滨容
序列（海南）私募基金		钟华	北京鑫翰资本	敖飞
宁波燕创鸿德投资		陶庆波	上海同犇投资	林烈雄
天风证券		周春林	东方睿石投资	谢晓芬
汇丰晋信基金		归治元	上海保银私募基金	付鑫
北京诚暘投资		张硕	诺德基金	周建胜
海通证券		孟灿	承珞（上海）投资	张国栋
上海坎盈资产		崔笑锦	上海玖鹏资产	郭鹏飞
安信基金		张鹏	天风证券	刘鉴
浙江米仓资产		管晶鑫	广东天贝合私募基金	黄鹏
上海途灵资产		赵梓峰	海南旗泓私募基金	王卫
中银国际证券		张岩松	百嘉基金	黄艺明
财通证券		邓芳程	富国基金	张富盛
杭州拾年投资		冯强	新疆前海联合基金	王灿
天风证券		缪欣君	华夏久盈资产	周武
财通计算机	杨焯	长江资管	杨书权	
华福证券	钱劲宇	华福证券	袁家亮	
金元顺安基金	何伟	勤辰基金	陈超	

	博时基金	王乐琛	嘉合基金	卢雨涵
	汇丰晋信基金	周宗舟	东方红	陆嘉余
	南华基金	刘斐	德邦基金	方军平
	海通证券	杨蒙	东北证券	韩金呈
	中再资产	赵勇	上海洋杨资产	王志强
	循远资产管理（上海）	钦振娜	海通研究所	杨林
	北大方正人寿保险	付丹婷	红杉中国	Yan Huichen
	湖南源乘投资	高飏	中英人寿保险	郑琳
	申万宏源证券	邓湘伟	IvyRock Asset Management (HK) Limited	陈雯雯
	安信基金	吴俊桥	长安基金	徐小勇
	广发基金	曾质彬	循远资产管理（上海）	田超平
	北大方正人寿保险	陈发	上海峰岚资产	蔡荣转
	富安达基金	沈洋	申港证券	崔笑锦
	博时基金	谢泽林	华商基金	金曦
	中信证券	于质冰	DM Capital Limited	李栋梁
	China Merchants Fund Management Company Limited	ZhangShenping	诺安基金	刘晓飞
	信达澳亚基金	郭敏	东方基金	金凤
	海通机构	李晨晓	中信建投证券	梁斌
	北京人寿保险	陆乔蔚	诺德基金	周建胜
	北京诚盛投资	吴畏	东北自营	李博
	上海东方证券	蒋蛟龙	诺德基金	罗世锋
	复星保德信人寿保险	李心宇	长信基金	张思韡
	广东正圆私募基金	熊小铭	珠海横琴方普私募基金	张涨
	上海光大证券	何伟	兴银基金	陈宇翔
	青岛星元投资	陈旻	宝盈基金	侯嘉敏
	东北自营	陈洪	新华基金	赵强
	青骊投资	李署	广发基金	曾质彬
	西部利得基金	温震宇	敦和资产	叶滢
	泰康基金	周昊	上海浦泓私募基金	叶菲菲
	国寿安保基金	谭峰英	万和证券	赵维卿
	复胜资产	赵超	中信自营	何锐
	远策投资	谢利	混沌投资	傅刚
	野村资管	徐也清	东北证券	高博禹
	华安资产	张文浩	新华资产	舒良
	浙商资管	庞雅菁	混沌投资	谢春霖
时间	2024年10月15日-10月18日			
地点	线上			
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书：孙英 证代专员：龚晓涵			
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、据公司三季度业绩预告显示，公司业绩创新高超市市场预期，请简单介绍下三季度业绩持续向好的原因？</p> <p>主要是公司所在的商用车行业是一个快速发展中的行业，各商用车在驾驶安全、运营安全、合规监管及运营企业效率提升等需求引导下，业务发展与上半年一样呈现持续向好的发展趋势。三季度营业收入的增长主要仍是海外业务</p>			

持续增长导致，在公司“一国一策、直营不直销”的销售战略实施下，海外呈现了多地良好发展态势，美洲及欧洲仍是业务快速发展的两大区域，货运、公交、出租及校车仍是主力行业，发展态势呈现持续向好趋势，再有就是前装业务，也呈现出快速发展趋势。

2、公司半年报中“其他业务”增长较快，请问其它业务具体是指哪块业务？该业务三季度的发展情况如何？请预测下四季度的情况？

“其他业务”主要是公司控股子公司的外协加工业务，主要有PCBA贴片加工及带料加工两类业务。在满足公司体系内的生产任务前提下，外协加工的控股子公司对外市场化接单。三季度该业务仍持续向好，收入增长较快。该外协加工业务非公司主营业务，有收入贡献但毛利率仍处于恢复阶段且不高，对公司的利润贡献比较有限，预计今年四季度仍会保持一定增速。

3、今年9月下旬，美国新出台的对中国网联车软硬件及整车有关的限制规则，是否会对公司海外业务带来不利影响？

针对该规则对公司业务的影响，公司进行了详细的分析及论证，并已会同部分海外客户开展深入密切的探讨，在该方案具体实施前（2029年前）不会对公司海外业务造成实际影响，公司仍会持续关注该规则的变化等情况。公司经营中会面对复杂多变的各种经营风险及国际局势的变动，十多年来公司管理层始终动态关注政策变动、技术进步、竞争态势等多维度的风险和机遇，为应对已有的、或可能发生的各类外部风险，公司近年先后完成了越南制造基地的建成投产、新加坡业务中心的设立、海外主要市场的本地化建设、三级研发架构和数据合规体系的搭建等，一定程度上化解了相关经营风险对公司的不利影响。现在距离该规则正式实施且产生影响尚有几年时间，公司已初步拟定了相关解决方案，后续会相继落地实施。我们有信心、有能力在该限制规则实施前，找到合法、可行、有效的解决方案来应对政策变化可能带来的影响。

4、公司的海外业务占比在持续提升，想了解下公司未来是否以海外业务为主，不再进行或会放弃国内业务？

公司经过多年在海外市场的持续耕耘，海外业务目前确实已成为公司的基石业务，海外的货运、公交、出租及校车等几大主力行业，在需求带动下，业务基本上全面恢复，现已进入快速增长轨道。在全球过亿货运车辆的强大市场空间体量下，未来增长前景较好，海外是公司仍会大力持续投入的重要市场。今年，海外营销中心是公司内少有的仍在进行人员扩张的部门，公司仍在海外多地进行了本地化人员及其它市场方面的投入。

公司虽在海外多地持续的进行市场投入布局，但仍未放弃国内市场。国内业务方面，目前行业仍处于恢复性增长阶段，以今年上半年为例，公司的国内主营业务仍有近10%的增长。公司所处的国内市场是个价格敏感性较强的价格市场，从去年四季度开始，公司即开始对国内业务作了重大战略调整，主动从价格市场向价值市场转型，持续推动公交、出租等有较高附加值的价值业务，及大力拓展公司新开发的矿山、叉车等创新业务。从今年上半年主营业务中的国内业务的营收端增长情况来看，实施效果初步显现，国内收入今年上半年保持了近10%小幅增长，今年三季度仍保持了增长态势；在毛利率方面，相比海外业务，国内主营

业务的毛利率仍在回升当中。对国内市场我们没有放弃，仍会继续进行业务布局，不断挖掘国内的价值市场，持续在公交、出租及矿山、叉车等创新市场深耕细作，积极把握价值客户需求，努力促使国内业务早日重回快速增长轨道。

5、公司是否会在自动驾驶方面进行深度布局？目前公司在自动驾驶业务的发展情况如何？

公司在自动驾驶业务方面，专注在以 AEBS 为核心的 L2 自动驾驶方面进行了业务布局，暂不涉及 L4 等高阶自动驾驶领域。公司的 AEBS 解决方案已经落地销售，主要应用在公交及出租等行业，海外的 AEBS 也已落地，发展潜力较大。公司一直积极关注高阶自动驾驶技术的发展及应用，始终全面、综合地看待该技术发展周期、自身的技术积累及公司战略等多方面因素，审慎决策高阶自动驾驶业务的发展策略。

6、请介绍下公司海外业务的品牌战略布局情况？

公司一直以双品牌战略进行业务布局，一是贴牌，二是推行自主品牌。国内市场，早期产品以贴牌为主，后期逐步开始推行自主品牌。国内业务发展至今，现以自主品牌销售为主，存在少量贴牌产品。在海外市场，公司出海多年，首战是美国市场，当时公司无论在产品、技术、经营实力等方面均无主导地位，进入美国市场时全部是贴牌进行，后进入英国、欧洲等市场，仍以贴牌为主。随着公司持续多年的海外市场拓展，公司综合实力的提升，及公司在海外市场的知名度、产品竞争力逐渐加强，在中东、中非及亚太等市场，公司以自主品牌销售为主。审视目前的国内及国际局势，未来，国内市场仍以自主品牌销售为主进行，而海外的美英等市场仍以贴牌为主，在海外其它区域市场，公司将全面强势推动自主品牌落地销售。

附件清单（如有）	无
日期	2024年10月21日