

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：2025-08

投资者关系活动类别	☐特定对象调研☐分析师会议☐媒体采访☐业绩说明会☐新闻发布会 ☐路演活动☐现场参观☒其他（<u>电话会议</u>）
参与单位名称	主持人：天风证券股份有限公司 缪欣君、李璞玉 其他参会投资人：新华基金管理股份有限公司 张帅、上海肇万资产管理有限公司 崔磊、嘉实基金管理有限公司 岳鹏飞、金库骐楷（杭州）投资管理有限公司上海分公司 武文轩、上海五聚资产管理有限公司 王鑫、和谐健康保险股份有限公司 毛一鹏、承珞（上海）投资管理中心（有限合伙） 马行川、深圳市君子乾乾私募证券投资基金管理有限公司 张艺、循远资产管理（上海）有限公司 田超平、中信证券股份有限公司 魏巍 刘雯蜀、西部利得基金管理有限公司 冯皓琪、上海途灵资产管理有限公司 赵梓峰、台湾群益投信公司 洪玉婷、中银国际证券股份有限公司 张岩松、其他个人投资者刘雯蜀、叶光亮
时间	2025 年 8 月 28 日 16:30-17:30
地点	进门财经平台
上市公司接待人员姓名	董事长 车全宏 董事、总经理 金海荣 董事、全球市场及产品共享中心总经理 傅志谦 财务总监 王友武 智能创新研究院院长 仲崇亮 董事会秘书、副总经理 郭艳波
投资者关系活动主要内容介绍	首先，公司董事会秘书郭艳波女士向与会投资者介绍了公司上半年经营情况，具体如下： 2025 年上半年，公司在行业物联网 AI 浪潮驱动和外部不确定性的挑战下，依托对海外市场机遇的把握实现海外业务持续高质量增长；国内虽面临需求压力，但凭借对行业特征的精准应对和数字化精准市场营销，稳住了业务经营质量，整体呈现 “海外增长、国内稳盘” 的发展格局。 2025 年上半年，公司合并层面实现营业收入 9.29 亿元，同比增长 2.90%；实现归属于上市公司股东的净利润 9,323.56 万元，同比增长 18.56%；扣除非经常性损益的净利润 8,443.09 万元，同比增长 25.69%。2025 年半年度我们境外业务收入为 7.04 亿元，占比 75.73%；境内业务的收入为 2.26 亿元，占比 24.27%。与 2024 年半年度相比，公司境外业务收入增长 12.58%，主要是北美、中东、亚洲等区域市场销售增长所致；境内业务整体同比下降 18.88%，主要还是因为国内行业形势调整，市场需求减弱所致。 公司 2025 年第二季度业绩实现快速增长，营业收入 5.16 亿元，与 2025 年第一季度

	相比，增长 24.63%；实现归属于上市公司股东净利润为 6,377.29 万元，与 2025 年第一季度相比，增长 116.45%；扣除非经常性损益的净利润 5,878.14 万元，与 2025 年第一季度相比，增长 129.17%。 公司四大主营业务中占比最高的仍为智慧空间业务，2025 年半年度智慧空间业务收入约 6.86 亿元，占主营业务收入比例为 74.13%；智慧办公业务收入约 1.70 亿元，占主营业务收入比例为 18.40%，同比增长 30.80%，主要是北美市场对考勤类产品需求增加所致；数字身份认证业务收入约 4,016.31 万元，占主营业务收入比例为 4.34%，同比下降 12.50%，主要是境内市场需求减少所致；智慧商业业务收入约 2,894.13 万元，占主营业务收入比例为 3.13%，同比增长 17.10%，主要是因为新客户与项目需求增加，东南亚市场数字标牌产品需求旺盛所致。 费用方面，2025 年半年度，除财务费用外的期间费用，总计 3.71 亿元，同比下降 0.74%。其中，研发费用 1.04 亿元，同比下降 1.50%，占营收比例为 11.20%。管理费用 5,734 万元，同比增长 7.11%，主要系信息化费用投入增加导致。 公司毛利率上半年继续增长，今年上半年公司综合毛利率为 51.13%，同比增长 1.64%；境外市场销售毛利率为 57.51%，与 2024 年半年度基本持平；境内市场销售毛利率为 31.21%，同比下降 1.18%，主要是我们调整价格政策来应对行业需求的减弱。智慧办公产品毛利率 70.68%，同比增加 1.12%；主要系办公云订阅收入增长所致；数字身份认证产品毛利率 34.49%，同比增加 3.73%，主要系境外数字身份认证产品收入与占比提升，境外销售毛利率高于境内销售毛利率所致；智慧商业产品毛利率同比减少 1.09%，主要系境外数字标牌产品收入增长与占比提升，而数字标牌产品毛利率相对较低所致。 回顾我们上半年整体情况和展望 2025 年全年，公司一直在多模态生物识别人工智能创新驱动下，主营业务数字化转型和创新业务发展两个引擎发动机上不断的升级和布局， 我们上半年发布火星慧知 AI 认知空间平台赋能行业应用，让场景更智能，让用户体验不断升级，下半年也会有更多新品发布同时拉动智慧空间场景销售增长； 智慧办公业务云应用在全球逐步铺开，该业务的易用性、便利性、可持续运营用户等特点也将促进推动智慧办公业务增长。 智慧商业业务在全球经过近两年的推广，已经触达越来越多的客户群体，且智慧商业行业数智化升级在不断加速，市场需求丰富，公司在重点国家例如日本、印尼、泰国、西班牙都有了订阅模式的 AI 数字标牌旗舰客户场景落地和商业闭环，后期会根据这些旗舰客户场景进行可复制化重构，进行全球性推广。 同时在创新业务方面公司以“重构生命新境”为愿景，通过长期积累的眼动技术和音视频多模态 AI 技术与脑机接口技术深度融合，开始布局“脑情绪及意图”在教育、医疗、享老领域，进一步探索脑机接口技术在相关领域的应用。 我们在脑机业务也将通过自主知识产权的“意图数据算法平台”技术，通过经销与直
--	--

	销相结合的模式，充分利用公司现有的经销渠道外，拓展直销渠道，面向全球市场销售，构建生物识别解决“who are you?”到脑机接口技术解决“how are you?”，重构技术标准，推动主业产品升级和扩展新的合作伙伴。 展望下半年，公司预期中国区业务将企稳回暖，海外业务持续增长，传统业务数字化及 AI 升级将给公司带来更多空间，智慧零售创新业务的旗舰顾客商业闭环逐步开始落地，公司将持续投入脑机接口数据算法平台和音视频/眼动与脑机接口结合产品落地，我们对下半年充满信心！ 其次，公司就参会投资者提问进行回复，具体如下： Q1：想了解今年上半年经营性现金流大幅增长的原因。 A：今年上半年的经营现金流表现良好，主要得益于正常的销售商品和服务的收款。特别是我们对付款结构进行了调整，导致应付票据和支付率增加，采购款支付减少，这是现金流增长的重要原因。其他经营环节均保持稳定。 Q2：能否介绍公司海外业务重心的国家与地区，以及市场需求的驱动因素？ A：根据我们半年报，公司 70%以上的业务来自海外。未来我们将稳定国内业务，海外重点在北美、欧洲、东南亚及新兴市场。在北美，我们关注技术协同与高端定制，重点在门禁与生物识别产品。在欧洲，强化品牌分层与合规适配，双品牌运作。在东南亚，聚焦智慧零售，与当地知名连锁品牌合作，在物流与生产上实现本地化。中东、拉美则为新兴市场，通过技术解决中小企业痛点。 Q3：脑机接口和机器人领域的各自进展情况？ A：公司脑机接口业务主要通过现有算法进行产品化，侧重于情绪分析，预计到 2026 年 3 月将推出原型机。在机器人方面，我们参与投资的兴牛云域基金投资了北京灵足时代科技，兴牛资本关注投资机器上下游产业链公司，熵云脑机与灵足时代探讨将脑控技术与机器人关节电机核心技术相结合，探讨在康复和养老场景中的应用。。 Q4：在灵足时代的投资比例是多少？ A：我们参与投资的兴牛云域基金投资了灵足时代，投资比例不到 2%。 Q5：情绪监测是否可以结合虹膜识别技术？ A：情绪监测可以选择结合，也可以不结合虹膜识别技术，具体取决于外设设备。如果外设设备包含眼镜，可以结合虹膜识别技术；如果是安全帽这样的外设设备，就可以不结合虹膜识别技术。例如，在执行高空作业时，我们利用脑机技术监测情绪峰值，当达到警戒峰值时进行报警和干预。虹膜识别技术结合与否需根据行业特征和设备类型来决定。 Q6：我们现在的核心能力是信号采集和数据处理平台吗？ A：确实如此，脑机技术的发展源远流长，早期主要应用于测谎仪等高频采集技术。随着宽频分拆和 AI 算法的进步，信号采集的质量得以提高。然而，光有信号提取并不够，还需要有反馈机制，比如通过音频、视频或历史事件来反馈情绪变化。因此，我们花费大
--	---

量时间研究心理学和神经学的测试范式，以提升我们在数据归集方面的核心能力。我们的目标是将这种能力应用到自己的产品中，同时也能为第三方提供支持。

Q7：我们核心技术攻克后如何输出？

A：我们最终希望通过边缘侧的芯片模组授权方式来输出能力。经过内测和产品的批量测试后，我们计划将技术固化到前端，并进行前端授权，支持第三方应用的开发与集成，这是我们熵云脑机实现业务发展的重要方向。

Q8：公司的研发投入如何进行高效均衡，保证利润率？

A：我们认为一个企业的销售额若在 50 亿到 100 亿之间，才谈得上生态建设。我们的产品体系并不复杂，主要集中在门禁和考勤系统的全要素开发，其他产品则是与第三方合作开发。通过结合算法与软件构建，我们借助于多个研发团队在各地的力量，确保高效的产品升级和新产品研发。

Q9：我们如何建立和合作海外渠道？

A：我们在海外渠道建设方面与其他企业有所不同。我们以服务导向与客户维持紧密的合作关系，主要与小型系统和软件集成商合作，而非传统的渠道经销模式。这种合作方式增强了客户粘性，确保我们在毛利率方面维持竞争力。

Q10：能分享一下我们软件订阅的收入和发展趋势吗？

A：我们的业务模式是软硬件结合，软件产品与硬件一起销售。当前，软件并没有单独定价，而是包含在硬件费用中。此外，还有一些软件是按平台收费，就我们目前的几个产品线来看，订阅产品主要集中在智慧办公时间管理，其年化复合增长率为 12.26%。今年的订阅增长率达到了 37%，续订率为 90%。上半年我们收到了大约 600 万美元的订阅费用，年增长率为 37%。另外，我们刚刚开始在三条产品线进行订阅尝试，目前已部署 200 万台云产品，并正在进行样板测试。我们相信，从智慧空间到智慧零售，这些领域的订阅增长将是我们的核心增长动力。

Q11：基于软件的弹性增长将优化我们的利润表现，请问我们如何更好利用现金进行布局？

A：关于现金的利用，目前我们关注的核心是与我们的横向和纵向生态系统的强连接发展。公司在整合方面保持积极态度，努力寻找新的机会，以更好地利用现有资源进行布局。

Q12：您能预测一下我们在海外市场的传统业务增长趋势吗？

A：关于海外市场，2025 年上半年我们的销售增长率达到了 12.58%。在北美，云产品的订阅增长强劲。在中东，线上经济活跃及基础设施建设带动销售，亚洲市场则受新兴消费模式影响，特别是印度的增长潜力也很大。整体来看，未来各个区域的销售将稳定增长。而且在部分二级和三级市场，我们还未展开深入开发，未来我们计划以小规模投入的方式进行市场拓展，推动海外业务的发展。

关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及未公开披露的重大信息。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 8 月 28 日