

证券代码：301275

证券简称：汉朔科技

汉朔科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2026-002

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 _____
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2026年5月15日(周五) 16:00-17:00
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”(https://ir.p5w.net)采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理 侯世国 董事、财务负责人 李峰 独立董事 王志平 董事会秘书、副总经理 林长华 保荐代表人 张军锋
	为方便投资者进一步了解公司的财务状况、经营情况及公司发展规划，公司于2026年5月15日在全景网举行汉朔科技2025年度暨2026年一季度网上业绩说明会。通过线上形式回答投资者问题，

投资者关系活动主

要内容介绍

向投资者介绍公司整体经营发展情况。

投资者问题及公司回复情况：

问题一：年报看到公司更新了战略，提出了汉朔 2.0 战略，公司整体的核心发展思路与布局方向是什么？

答：公司全面启动“汉朔 2.0”战略，以“AI×数据”为核心驱动，以数字孪生战略为核心支撑，构建了“5 个 Nex 解决方案+3 个 X 软件平台”的产品矩阵。公司聚焦全场景智慧零售解决方案与数据服务，构建开放协同的行业生态。通过将 AI 能力融入门店运营各环节，包括智能货架、智能营销、供应链优化、门店数字孪生等，提升客户黏性与单客户价值，构筑差异化竞争优势。

问题二：2026 年一季报营收增速超过 50%，净利润同比也是增长的，但扣非归母净利润下降的原因是什么？

答：2026 年一季度营收同比增长 50.44%，达到 14.76 亿元，归母净利润同比增长 20.68%，扣非净利润下降主要有两方面原因：一是此前美国加征关税，美国地区关税提升至 20%以上，公司与客户协商共同承担关税成本，对利润造成一定影响；二是年初外汇波动对利润有一定影响，目前公司已经增加了长期套保，同时尽可能使用外币采购，优化外币收支比例，减少外汇波动的影响。

问题三：公司年报和一季报毛利率有所下滑，请介绍一下未来毛利率发展趋势的展望。

答：2025 年公司综合毛利率同比下降是受美国关税因素影响。为持续拓展海外市场，公司保持对未来发展的坚定信心，持续加大研发投入。在积极获取更多客户的同时，公司通过降本增效措施优化成本结构。公司的长期目标是将毛利率维持在合理水平，在保障盈利能力稳定的前提下，通过提升运营效率、积极扩大市场份额，实现业绩的稳定增长。

问题四：跟现有的电子价签业务相比，汉朔 2.0 整体解决方案最大的

变化和转型体现在哪里？

答：公司正推动业务从电子价签向“汉朔 2.0”整体解决方案全面转型。该方案以数字孪生为核心，融合电子价签、AI 及大数据构建物理 AI 能力，提供覆盖门店全场景的综合解决方案。

公司在全球零售 Top 100 客户中已签约 30 多家，并与之建立了战略合作伙伴关系。在长期服务过程中，公司深入理解零售客户未来 5 至 10 年的发展战略，特别是在 AI 与大数据领域的具体需求。基于上述全球头部客户的需求牵引，公司展开了系统性的研究与产品开发，成功推出汉朔 2.0 解决方案。

问题五：想了解一下，公司最近在全球零售大客户拓展上有没有什么新进展？比如新增了哪些客户？

答：2025 年以来，公司新增 9 家全球零售 Top 100 客户，并将逐渐进入交付阶段。预计未来数月公司还将在北美 Top 100 客户中新增 2 至 3 家签约客户，北美市场将成为未来销售额大幅提升的重要保障。公司基于“汉朔 2.0”解决方案，在英国、澳洲等地取得了较好的市场成效。

问题六：欧洲各国电子价签的渗透率情况，哪些国家比较高，未来欧洲哪些市场会是公司新的增长点？

答：欧洲各地区电子价签渗透率存在显著差异。其中，第一梯队的法国、德国等传统西欧国家渗透率较高，预计 2027 至 2028 年将迎来大规模存量换新周期；第二梯队的西班牙、英国、波兰等国仍处于普及初期；第三梯队的土耳其、希腊等市场渗透率相对较低。自 2025 年以来，公司已在第二、三梯队中成功签约多个区域头部客户。欧洲的新增需求方面，公司的市场增长点接下来会主要来自英国、西班牙、土耳其等国家，以及中东和中欧等潜力市场的加速释放。

问题七：公司汉朔 2.0 战略下的产品矩阵具体包括哪些？目前哪些产品已经落地了，落地规模怎么样？

答：公司围绕“汉朔 2.0”战略，构建了“5 个 Nex 解决方案+3 个 X 软件平台”的产品矩阵。在解决方案层面，五大 Nex 系列中，基于 AI 视觉技术、新一代电子价签及全场景定位能力的 NexShelf 智能货架解决方案，以及 NexConnect 智能购物车解决方案，已在亚太地区头部客户中实现规模落地。同时，公司正加大对智能巡检机器人及清洁机器人的研发投入。

问题八：汉朔 2.0 方案在实际客户应用中取得了哪些具体成效？有没有试点客户的数据或者反馈可以分享一下？

答：从客户反馈来看，该方案已取得积极成效。2025 年的试点客户均收获了良好成果，欧洲和澳洲的头部客户均因汉朔 2.0 方案选择与公司合作，新方案在这些客户中逐步落地。目前，公司正与微软等全球领先的云平台厂商合作，并计划联合更多合作伙伴，共同开发 AI 相关产品，旨在帮助零售商提升门店运营效率。

问题九：公司募集资金使用情况如何，会给公司带来什么价值？

答：汉朔科技 IPO 募集资金净额为 10.23 亿元，截至 2025 年末已累计投入约 7.97 亿元，整体投资进度达 77.89%，资金使用规范有序。募投资金的投入，将直接支撑公司核心战略的落地，强化公司在 AIoT 领域的技术储备，推动产品从电子价签解决方案向整体数字化解决方案升级，为公司的长期成长提供坚实支撑。

问题十：公司 2025 年利润分配方案是什么，如何回报投资者？

答：根据公司 2026 年 4 月 28 日披露的《关于 2025 年度利润分配预案的公告》，暂以公司总股本 42,240 万股扣除截至 2026 年 3 月 31 日回购专用账户股份后的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利人民币 1.00 元（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本。如果公司回购专用账户中的股份数等发生变动的，将以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除回购专用账户中的股份为基数，按照分配比例不变的原则对分配总额进行调整。公司始终重视对投

投资者的合理回报，分红相关问题请关注公司披露的相关公告。

问题十一：面对北美市场（特别是美国）的关税政策波动，除了与客户协商分摊成本外，公司在供应链本土化或产能转移方面是否有新的布局？目前申请退税的进展如何，预计何时能对公司现金流产生实质性改善？

答：公司始终将全球化作为核心发展战略，积极推进海外产能布局，优化全球化运营体系，增强全球供应链弹性。通过完善全球供应链体系及海外本土化服务能力，持续提升全球客户服务能力及市场竞争力。关于美国关税事宜，公司积极维护自身合法权益，密切关注相关事项进展情况。

问题十二：公司目前重点市场除了美国，欧洲以外，澳洲的发展情况如何？预计后续亚太区中，澳大利亚是否是亮点之一？

答：公司积极拓展澳洲市场，目前公司在澳洲的业务发展顺利。公司与澳洲头部商超伍尔沃斯就智能购物车业务签订了销售意向协议，双方围绕 AI 驱动的智能购物车与摄像头融合解决方案持续推进规模化落地。预计公司将向客户首期约 300 家门店交付超过 1 万套智能购物车系统，公司智能购物车系统将实现批量出货。汉朔 2.0 方案也逐步在澳洲头部客户落地，澳大利亚成为公司新业务落地的亮点之一。

问题十三：公司近期完成了对哈步数据的收购。请问此次收购在财务并表后，对公司 2026 年整体的营收和利润贡献预期是多少？在数据服务能力的变现上，是否有具体的量化目标？

答：为服务汉朔 2.0 战略的需求，公司今年已经完成对哈步数据的收购，助力公司在数据分析、软件服务等基础能力方面的提升。未来公司将继续围绕汉朔 2.0 战略和长期规划，通过并购或投资的方式加速战略发展，打造完善的业务生态链。

问题十四：请问在“十五五”规划背景下，公司未来 3-5 年的长期战

略目标是什么？管理层希望将汉朔科技打造成一家怎样的企业？

答：公司是全球领先的泛零售领域数字化门店综合解决方案提供商之一，服务的零售客户遍布全球超 80 个国家和地区，超 500 家客户，落地超过 5.5 万个门店。目前公司已开启汉朔 2.0 战略，以” AI×数据”为核心驱动，以数字孪生为核心支撑，聚焦全场景智慧零售解决方案与数据服务，构建开放协同的行业生态，未来公司将继续围绕汉朔 2.0 战略进行长期规划。

问题十五：根据行业数据，2025 年全球电子货架标签（ESL）终端出货量同比增长 36%。作为全球同业营收排名第二的企业，请问公司 2025 年在 ESL 市场的实际市占率是多少？面对欧洲存量换新周期和亚太新兴市场，公司未来的出货量增长目标如何规划？

答：全球电子价签市场持续稳定增长，2025 年全球电子价签出货量超过 4.7 亿片（DISCIEN（迪显咨询）数据），同比增长 36%，核心驱动力来自全球头部零售商的规模化部署。面对欧洲存量换新周期与亚太新兴市场，公司将依托全球化布局，巩固成熟市场份额、把握换新需求，同时加速渗透新兴市场，力争保持行业领先节奏。

问题十六：2025 年第四季度至 2026 年第一季度，公司归母净利润实现了连续两个季度的环比高增长。请问驱动这一业绩拐点显现的核心因素是什么？这种强劲的增长态势在 2026 年剩余季度是否具备可持续性？

答：2026 年第一季度，公司营业收入同比增长 50.44%。目前公司在手订单较为充足，管理层看好公司长期发展。毛利率方面，公司是同行业上市公司中唯一拥有自有模组生产线的企业，公司将通过供应链优化、新技术应用等方式持续推进降本增效。

问题十七：公司与剑桥大学签署了关于下一代智能融合无线技术的合作协议。请问该技术在环境物联网和超低功耗通信方面的突破，预计何时能应用到公司的实际产品中？这将为公司构建怎样的技术护

城河？

答：公司与剑桥大学的合作聚焦下一代智能融合无线技术，旨在推动环境物联网与超低功耗通信的产业化落地。该合作将深度融合超低功耗无线通信、环境能量采集与分布式感知等关键技术，构建以多协议融合为核心的技术壁垒，推动物联网体系从“可连接”向“可持续运行”演进，为公司在全球智慧零售解决方案领域确立长期的差异化竞争优势。

问题十八：请问目前与微软 Azure 合作落地的零售 AI 应用解决方案，在实际客户试点中的商业化变现模式是什么？是否会探索按 Token 收费等新型软件服务模式？

答：公司通过将 AI 能力融入门店运营各环节，包括智能货架、智能营销、供应链优化、门店数字孪生等，提升客户黏性与单客户价值，构筑差异化竞争优势。目前，公司正与微软等全球领先的云平台厂商合作，并计划联合更多合作伙伴，共同开发 AI 相关产品，旨在帮助零售商提升门店运营效率。

问题十九：蓝牙 5.4 协议电子价签（ESL）方案已经逐渐成为全球发展趋势（沃尔玛等企业已规模化采用该方案），请问贵公司是否有推出蓝牙电子价签产品的相关规划？公司如何看待蓝牙电子价签的优缺点？同时公司计划通过哪些举措维持自身在价签领域的技术领先地位？私有和蓝牙双模协议的产品在技术上是否成熟了呢，在市场上是否有成本竞争力呢，还是公司面对海外市场的妥协之策？

答：公司自主研发的 HiLPC 无线通信协议，拥有抗干扰能力强、并发量大、超低功耗等优势，单基站每小时可更新 60,000 片次电子价签，在并发量上达到行业先进水平。同时公司在业界领先的专属通信协议 HiLPC 基础上，创新性地融合了蓝牙 5.4 技术，构建了灵活可靠且面向未来的双模通信能力，既保留了私有协议的性能，同时兼具标准协议的开放特性。

	<p>问题二十：公司通过控股西安超嗨，AI 智能购物车整体出货规模将突破 4 万台，成为全球第一。请问目前超 4 万台的储备规模中，有多少已转化为明确的在手订单？预计 2026 年内能完成多少交付与收入确认？智能购物车业务目前的毛利率水平如何？随着规模化放量，该业务预计何时能明显增厚公司整体净利润？在 SaaS 及数据服务等软件层面的变现进展如何，能否有效优化公司依赖硬件的收入结构？</p> <p>答：公司控股西安超嗨主要基于公司战略和长期规划，西安超嗨在智能购物车领域拥有产品技术、供应链体系与全球化落地经验，累计出货量超 3 万台；叠加公司智能购物车业务超 1 万台订单储备，公司在 AI 智能购物车业务方面的全球出货规模与市场竞争力将大幅提升。同时，智能购物车作为全场景零售数字化体系的核心交互触点，与电子价签、AI 视觉、门店营销系统形成深度联动，为客户提供数据运营、营销增值等软件服务，助力零售门店实现全场景智能化升级。</p> <p>问题二十一：贵司在业绩等等各方面都很优秀，但是股价确实一直让人担忧，贵司有没有回购股份的想法？</p> <p>答：公司于 2025 年 9 月 28 日召开第二届董事会第十二次会议，审议通过了《关于回购公司股份方案的议案》，同意公司使用自有资金和/或自筹资金以集中竞价交易方式回购公司部分已发行的人民币普通股（A 股）股票。回购股份的实施期限自公司董事会审议通过本次回购股份方案之日起 12 个月内。截至 2026 年 4 月 30 日，公司通过回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份 3,580,000 股，占公司总股本的 0.8475%，成交总金额为 17,176.41 万元（不含交易费用）。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2026 年 5 月 15 日