

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： 2022-002

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（_____）
参与单位名称及人员姓名	共计 13 位投资者（排名不分先后）： 银华基金管理股份有限公司：郭磊、王卓立 国泰君安证券股份有限公司：李沐华、李雪薇、齐佳宏 兴华基金管理有限公司：高伟绚 中邮人寿保险股份有限公司：朱战宇 富荣基金管理有限公司：郭梁良 华福证券有限责任公司：钱劲宇、王鑫昉 招商证券资产管理有限公司：吴桐 瑞银证券有限责任公司：Thompson Wu、Kayla Cai
时间	2022 年 9 月 19 日-2022 年 9 月 21 日
地点	公司会议室，线上会议
上市公司接待人员姓名	董事长：车全宏 董事会秘书、副总经理：郭艳波 财务总监：王友武 副总经理：穆文婷 证券事务代表：王佳 董事长助理、云业务技术总监：钟科 研发中心副总经理：仲崇亮 董事、全球市场营销中心中国区负责人：傅志谦 全球市场营销中心国际事业群执行总经理：吴雄雄
投资者关系活动主要内容介绍	Q：如何看待身份识别行业落地，身份识别未来场景应用和发展是什么？后边技术和应用如何落地？ A： 身份识别主要是确认身份、行为、需求，公司主要做企业级市场的应用（如企业、社区等）业务。 从未来场景落地来看，海外主推云服务业务及客户，我们主要是把人和身份做到工作类型码上，提供云服务收取年服务费；此外，智慧商超的出入口、智慧运营、广告运营等也会用到公司产品； 国内市场主要做设备销售，云服务尚处于培育阶段。智慧出入口方面目前我们的算法和技术优势可以做到高的门禁安全等级 L3、L4 级别，目前做到这一级别的公司不多。公司上市后布局云运营，会给公司带来新的高速发展。 此外，以公司安检产品为例，我们通过引入毫米波新技术，对人体携带金属进行分析，同时也加入计算机视觉技术做情绪判断。通过 AI 和算法分析后进行数据运营，实现硬件到数据运营的转变。真正的核心设备上还是技术和数据平台的融合及运营。此外，平台合作、数据合规方面我们很早之前就开始布局，通过数据分离技术，确保运营安全及数据合规。

Q: 如何看公司的未来的发展? 近 3 年业绩增长平稳的原因是什么?

A: 从公司本身行业发展看, 公司在 2018 年以前在行业中实现了相对快速的的增长, 公司在研发和产品上做了比较多的规划, 但近几年国内受疫情封控的影响, 发展相对缓慢, 海外市场增长势头向好; 海外未来云端会有较大的突破。

公司近 3 年业绩整体平稳, 主要原因为 2019 年公司对产品结构做了调整, 优化了部分低端和低毛利产品, 影响了约 4-5 亿左右销售额; 2020 年至 2021 年业绩增长平稳主要原因为疫情影响, 2020 年海外业务受到疫情影响较大, 指纹等接触式产品销售下降, 虽然同期推出了测温类产品, 但疫情的冲击还是比较大。

Q: 行业的发展是技术推动需求么? 客户需求的推动力主要来自哪里?

A: 行业发展是靠用户需求推动的, 技术起到助推作用; 主要来源于以下几点:

1. 技术侧推动需求

顺应数字化时代的发展, 结合人工智能、大数据、物联网、5G、身份识别等科学技术发展趋势, 解决行业场景应用, 提升服务效能, 而布局的综合性 PaaS+SaaS+万物互联的物联网平台。

2. 需求侧推动应用

疫情之下, 非接触、保持社交距离、测温等高频名词出现, 需求应运而生, 即便是后疫情时代, 这些场景的用户心智, 用户习惯已培养起来。从技术应用上, 比如移动认证技术 (Mobile Credential) 凭借其技术高安全性, 非接触, 谁用谁买的特点, 成为迅速发展的一新兴市场, 我司目前已经通过印度全球研发中心研发部署好平台, 东莞团队设计硬件产品, 厦门团队负责解决方案, 将会陆续上线这部分产品及解决方案。

Q: 公司未来业务的可确定增长点和客户跟传统业务会有差异吗?

A: 公司在传统业务和云业务运维同时布局。公司于 2016、2017 年开始在美国试点云业务, 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; 2021 年在迪拜试点、2022 年在泰国、印尼试点。因为疫情影响, 云服务需求增加。目前, 国内头部企业和我们也在做对接合作, 从设备到平台的接入形成新的云服务及订阅生态。

Q: 公司在直销和经销方式上是否有侧重?

A: 公司目前主要是基于中小企业 (SMB) 市场通过经销和直销的模式服务客户, 目前经销占比较高, 直销模式占比在不断上升, 直销方面从提供单一产品到提供解决方案和服务, 从单一应用到应用集成、被集成, 系统协同联动更广泛、更深入、更专注的满足各类用户需求。未来直销业务占比会进一步提升。

Q: 后续云服务提升, 直销销售是否会有所提升?

A: 公司云服务起步后, 经销与直销可能会有一个大的变化和预期。

Q: 云服务归属三大业务的哪个板块?

A: 目前是 3 大业务板块都涉及。

Q: 疫情的影响, 产生很多防疫码扫码设备的需求, 对我们是否有促进?

A: 防疫码在国内的整体市场比较火爆，公司有不同程度上参与。从产品形态分手持式、立柱式及闸机式，根据不同场景使用不同设备；目前公司已经在全国 28 个省份做了具体的防疫码对接，从使用角度来看，对产品的要求层次不一，我们主要集中在中高端产品，如机场、高铁站、高速路口，医疗体系等我们做的比较多。我们目前也在不断接收不同城市不同需求订单。从部分研究机构的研究分析看，这部分市场是在逐步爆发（涉及政府资金配套）。

Q: 公司的主要竞争对手有哪些？（主要是身份核验和出入口管理），我们的差异性和优劣势如何？和达实智能、捷顺科技、神思电子等的竞争格局未来怎么看？

A: 中国市场

主要竞争对手包括捷顺科技、达实智能、神思电子等；在不同领域内，公司与上述公司存在局部竞争。相比于友商，公司采取经销、直销结合的销售方式，优势在于服务更广泛的客户群体、产品规模与利润可以保持好的平衡和并举、现金流良好、抵御行业波动能力强。

海外市场

出入口和身份核验领域，国际端友商主要是 suprema、Domakaba 和 HID Global，但均与公司业务侧重点有差异。

Q: 国内市场如何保持在新领域上的优势？

A: 首先公司没有介入 C 端消费类产品市场，如手机的生物识别传感器、人脸识别模组等；其次 G 端（政府端）市场也不是我们的重点领域，我们的算法主要聚焦在几十万人数据模式识别和深度识别为主（二级变量取值）；第三我们主要面向 SMB 企业级市场提供智慧出入口管理、智慧身份核验、智慧办公场景产品、应用、解决方案及服务，如企业一卡通、停车管理、身份核验等；当下我们正在把传统线下业务升级为云业务，借助互联网、物联网、大数据、云计算等向用户提供更好的运营、运维服务。

Q: 公司业务和研发人员都分布在国内外，我们在海内外布局的策略和研发人员如何共享？人员沟通上是否有文化差异导致的成本？

A: 公司在东莞（以感知端硬件为主）、厦门（软件解决方案为主）、大连（以服务为主）、印度设有研发中心；在境外有 39 家子公司，我们的海内外研发布局整体优势很明显：

1. 公司的研发基于自主的模块化硬件、固件、云平台，四地开发使用网络协作的开发工具，基础组件、模组是通用的共享的，同时满足数据合规要求；
2. 公司海外开发在印度有 300 人左右，主要关注物联网平台建设，主要关注在连接，云平台主要为亚马逊生态；厦门研发主要是解决方案、平台侧；根据我们行业场景特点做物联网平台解决体现连接性，软件的连接，端的连接、云的连接；
3. 公司也提供共享标准的 SDK 供内部应用开发和客户二次开发，降低门槛；给第三方客户如系统集成商（SI）的场景做解决方案输出，满足本地客户的需要；
4. 公司在印度设立研发支助中心，提供不同语言、宗教语言的开发人员支助服务。团队中方人员在海外工作十年以上，我们通过治理层、风险层等全方面规划磨合；文化融合和员工粘性很强；
5. 公司多年的国际化开发已经建立一套高效的管理体系，给公司国际化带来强有力的助力。

	<p>Q: 我们这几年人员相对稳定，是否有后续计划？</p> <p>A: 整体人数是比较稳定，但我们根据地域和业务发展的需要会进行适当调整。如我们会在海外派驻更多的人员，来面对地缘的挑战。公司下一步布局的生态业务与云业务，包括机器人（如安保机器人、室内清洁机器人等），我们会在自动办公端做一些物联网生态扩张。压缩传统业务，解决方案精细化，大力部署云运维。</p> <p>Q: 毛利率有所波动，主要原因是什么？毛利率受成本端的影响如何看待？</p> <p>A: 2021 年原材料电子料涨幅较大，产品的定价机制是主要原材料涨价后，产品端一般 1~2 个月左右销售价格才会有反应。物料的短缺会对公司的毛利率产生一定的影响。</p> <p>公司 2022 年上半年毛利率为 42.81%，比 2021 年毛利率增长 1.54 个百分点。2022 年上半年毛利率上升，主要是由于以下两个方面的影响：1) 汇率的影响：2022 年上半年平均汇率 6.54355，2021 年平均汇率 6.4503，受美元汇率变动影响，公司毛利率上升 0.66 个百分点；2) 原材料价格的影响：公司 2022 年上半年部分主要原材料如电子元器件等价格有所回落，进而导致产品成本有所下降，原材料成本回落导致 2022 年上半年毛利率同比上升 0.79 个百分点。</p> <p>Q: 公司近年收款整体稳定，但经营性现金流净额波动比较大，主要是什么原因？</p> <p>A: 1. 2022 年上半年与 2021 年同期对比，公司经营性净现金流减少 2060 万元，主要是受疫情影响，公司给与部分客户的信用额度和信用账期有所放宽；2. 经营性现金流净额波动较大的另一个原因，是公司原材料战略备库金额有一定波动（公司会根据电子料市场价格波动及供应短缺情况，进行一定金额的战略备库，且战略备库金额会随市场价格波动及供应短缺情况发生变化）。</p> <p>从往年经验来看，公司下半年的经营现金流比上半年好，主要是由于下半年销售回款多一些，且年底 12 月份做物料采购备库的集中付款会在次年的 3~4 月份。</p> <p>Q: 如何看待后续的发展？特别是运营部分？我们后续是否有爆发性业务？</p> <p>A: 公司后续的发展主要为三块：传统硬件销售、集成解决方案、云运营。我们在传统设备销售方面会做些控制和调整，同时大力推动解决方案，云业务方面会有一个大的发展。目前公司都是以生物识别为核心技术：①单一生物识别技术向多模态和双模态方向发展；深度识别技术高速发展，公司的创新技术为模式识别技术结合深度学习技术，形成双模识别技术；②生物识别技术会变成 BIOCVCV 超脑，首先我们会在很小 CPU 情况下，实现多模态混合生物识别，通过超脑平台给客户多的生物识别选择；其次会给行业带来爆发性增长，超脑技术会将现在的数据分析，将用户的行为信息进行细分和分析，通过数据分析，将技术应用在智慧零售，进行一些广告投放，包括购物习惯的分析，通过数据分析给客户的应用场景带来更多的服务；③我们将超脑通过模块化的技术，如 SDK、传感器模组、后端盒子，客户核心存放在本地，解决安全问题；通过手机间接接入云端。技术+应用平台满足软件硬件整合，同时提供第三方接口打通应用服务需求，通过接口和售后服务，给客户提供更多的数据方面的订阅服务。</p> <p>时代变化推动趋向物联网云服务、生态业务等，公司从服务模式、生态会有一些布局，公司属于长期健康成长的企业，我们希望未来有更大的发展。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 9 月 19 日至 2022 年 9 月 21 日