**证券代码：688360 证券简称：德马科技**

**德马科技集团股份有限公司**

**投资者关系活动记录表**

**编号：2024-001**

|  |  |
| --- | --- |
| **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 ☑电话会议  □其他 （请文字说明其他活动内容） |
| **参与单位名称及人员姓名** | Haiwen Luo（Jarislowsky,Fraser Limited）、陈海龙（上海金辇投资管理有限公司）、陈一雄（海南鸿盛私募基金管理有限公司）、陈子怡（东方财富证券）、程跃（上海煜德投资管理中心(有限合伙)）、崔磊（上海肇万资产管理有限公司）、崔一冰（新华资产管理股份有限公司）、杜京果（九泰基金）、方婧姝（华安证券）、冯翰尊（格林基金管理有限公司）、韩冰（信达证券）、韩骁（红线私募基金管理(北京)有限公司）、郝旻（深圳前海聚龙投资有限责任公司）、侯波（东莞市榕果投资管理有限公司）、胡小禹（招商证券）、黄颖峰（元兹投资）、黄勇（广州金控资产管理有限公司）、雷雪（青岛双木投资管理有限公司）、李晟（郑州云杉投资管理有限公司）、李任远（上海添橙投资管理有限公司）、李晓明（久安富赢）、李心宇（光大保德信）、李杨俊（上实投资）、李莹莹（郑州智子投资管理有限公司）、刘杰（平安基金管理有限公司）、刘清羽（东方财富）、刘晓雨（淡水泉投资）、吕海龙（深圳山石私募证券投资基金管理有限公司）、马玮璘（杭州军璐投资）、潘琪（东方财富）、桑梓（于翼资产）、苏林洁（融通基金管理有限公司）、汪自兵（上海方物私募基金管理有限公司）、吴安平（广州荣卓私募证券投资管理有限公司）、吴伟（长江产业基金）、吴亚雯（工银国际控股有限公司）、辛其欣（半人马座）、徐立（广东谢诺辰阳私募证券投资管理有限公司）、徐玄风（首泰金信(上海)投资管理有限公司）、杨嘉（国信弘盛）、姚聪（半人马座资本）、叶维莹（浙江朝景投资管理有限公司）、虞小波（财通证券）、张光成（财通资管）、张赫昭（杭银理财有限责任公司）、张秀峰（杭州弈宸私募基金管理有限公司）、张永波（鸿运私募基金管理（海南）有限公司）、张志铧（进门财经）、赵欣（北京天时开元股权基金管理有限公司）、朱成达（睿目投资）、朱龙洋（易同投资）、朱艺晴（招商证券）、祝天骄（上海盟洋投资管理有限公司） |
| **会议时间** | 2024年2月26日 |
| **会议地点** | 电话会议 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事长、总经理：卓序  董事会秘书、财务负责人：黄海  战略市场部总监：黄盛 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **一、董事长、总经理卓序介绍公司发展历程、基本情况**  公司是一家科创板上市公司，是物流系统核心零部件、关键设备和系统解决方案的综合提供商。公司的特点是覆盖全产业链，业务遍布全球，从业务和服务地区而言都更为均衡和多样化。  公司在物流装备行业中历史悠久，当前已进入2.0时代。第一，全球化2.0，总结过往成功经验，更大力度、更快速的全球化。第二，全面数字化，利用AI智能新技术广泛利用至当前领域。第三，组织进化，内部组织有很大调整，品牌更新和文化建设。  **二、提问交流**  **1、降低全社会物流成本，对智能物流装备企业有哪些影响？**  答：物流技术装备进步是全社会物流成本下降的关键因素，包括软件、装备、系统每一环。上一轮公司伴随着电商快递的高速发展而成长起来，而当前较淘宝、京东、唯品会等传统电商模式，抖音、拼多多、SHEIN为例的新一轮商业模式兴起，供应链模式有差异，公司会配合新商业领袖开发更适合其发展的产品。  去年公司承做了SHEIN的广州和上海仓，项目成功交付并获得其嘉奖，并作为成功范例。德马也应邀为商业新势力和传统商超提供解决方案，带来发展契机。  **2、公司海外业务增长较快，可以分享一下海外业务增长潜力及主要驱动力吗？**  答：中国是制造大国和电商大国，对外输出能力强。公司看到全球经济都在复苏，复苏过程中物流装备不可忽视，德马在前几年全球布局后已进入收获期，质量得到检验，非常看好海外市场。除美国以外，海外电商物流与中国差距很大，约十年差距。公司以中国电商快递的发展经验和高性价比高性能的设备，在全球客户中备受欢迎。  主要驱动力有以下两点：第一，合作海外本土最大电商快递客户，包括俄罗斯、美国、巴西、韩国等；第二，随中国SHEIN等新势力出海，中国电商新势力成长快，SHEIN、拼多多、抖音（相较阿里、京东、唯品会）在海外发展非常快，但海外基础设施投入少，面临基础设施跟不上的瓶颈，跟随国内新势力的海外发展，公司建立起对应的海外物流体系。公司希望早日实现海外本地化布局，力争把制造布局在海外，能够在海外本土快速响应用客户需求。  **3、公司在物流核心部件的市占率水平大致是怎样的? 国内这块的竞争格局如何？**  答：公司核心零部件在国内的市占率约30%，国内第二小于10%，与德马有较大差异，国内其余同行规模很散很小。国内市场已有充足份额，德马不选择价格战竞争，目前策略是到国际市场同海外同行竞争。  **4、公司外销这块的主要区域有哪些? 是跟着国内大客户走吗? 24年海外营收展望？**  答： 外销主要区域：除了非洲地区，各个区域均有大型项目和大客户。公司海外业务并不是跟着国内客户出海，德马与当地大型电商合作，例如东南亚Shopee、lazada，韩国的coupang，俄罗斯的ozon、巴西和美国的电商平台等。  合作模式：项目制的系统解决方案主要位于人口密集、电商发展快的地区。零部件和设备业务主要通过1.海外成立子公司，2.公司授权合作方给许可证在海外开展业务。  营收结构展望：目前海外营收占比为30%，目标未来三年达到国内外营收占比为1:1。  **5、出海业务在海外的需求份额是多少？海外战略是怎样的？**  答：德马认为国内的装备行业工艺水平技术指标已接近先进国家水平。产品性能指标基本等同于美国（民用产品），仅次于欧洲、日本产品，德马在全球80%的区域里受欢迎（印度等产品限制保护国家有较大阻力，但也有业务渗透）。  双轮驱动模式：（1）海外子公司业务模式可复制。德马澳洲工厂承接零件、设备、系统项目一条线的售前、售中、售后各个环节，60天时限内的项目澳洲分公司自己解决，60天以上可拿回国内做，未来德马认为可在全球复制20-30个点，类连锁店的形式，即德马所说的全球化2.0。（2）打造海外制造基地（不同于一般的组装工厂），能够为海外分支机构提供产品和服务，避免碰到全球性风险，无法用国内制造基地出口的极端情况。  **6、公司有无降低物流成本的具体措施？**  答：降本的途径不是偷工减料，我们始终追求做高质量产品。德马认为降本的途径可通过以下几个方面：1.技术创新，用更好的技术和解决方案为客户省钱；2.建立生态圈，全产业链层面的物流技术集成可以在生态圈内建立共同标准、制定合理库存，减少环节间的浪费；3.标准化模块化后的二次利用和再制造，AMR等受欢迎是因为可以租赁、搬迁等二次利用不被报废，物流行业需要制定行业柔性化标准。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2024年2月26日 |