证券代码：688112 证券简称：鼎阳科技

**深圳市鼎阳科技股份有限公司投资者关系活动记录表**

编号2024-016

|  |  |
| --- | --- |
| 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 □ 一对一沟通  □ 线上会议 ☑ 其他 券商策略会 |
| 参与单位名称 | 南方基金管理有限公司、华美国际投资集团有限公司、深圳市君茂投资有限公司、深圳前海恒江联合投资管理有限公司 |
| 时间 | 2024年6月17日 |
| 接待人员 | 证券事务代表：王俊颖 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | |
| Q1：请问公司针对海外市场的销售策略是什么？  A1：国际市场上公司主要销售区域为北美、欧洲、亚非拉及其他地区，经过十几年的积累，公司已经在全球建立了稳定的销售体系，在美国、德国和日本均设立了子公司，为公司新产品的快速导入奠定了基础。根据海外区域市场的不同特点，公司制定了更具针对性的销售策略。  欧美等发达国家和地区通用电子测试测量仪器行业起步较早，上下游产业链发达，市场需求以产品升级换代为主。公司将继续保持在欧美主要市场的推广力度，通过持续地推出新产品，定期对经销商进行产品培训，不断巩固和强化产品在欧美市场的竞争力。  亚太地区由于以印度为代表的新兴市场电子产业的迅速发展，已发展成为全球最重要的电子产品制造中心，对通用电子测试测量仪器的需求潜力大，产品普及需求与升级换代需求并存。未来公司将进一步加强对日本、韩国市场的推广，以及对印度、东南亚等新兴市场的推广，提升当地市场的占有率。  与此同时，随着公司高端化战略的不断推进，可与国外优势企业竞争的高端产品特别是射频微波类产品不断丰富，凭借公司稳定完善的渠道和品牌积累，公司在海外市场的竞争优势将逐步加强。2023年公司境外市场营业收入稳中有升，同比增长16.80%，同比增速相较2022年的14.51%提升2.29个百分点，境外主营业务毛利率为61.49%，比2022年提升了7.01个百分点。  Q2：公司近年来发布了多款高端产品，请问公司高端产品的分类标准是什么？  A2：根据中国电子学会电子测量与仪器分会2021年1月出具的《关于通用电子测试测量仪器高中低端产品划分标准的函》，公司高端产品根据带宽、最高输出频率及测量频率范围来划分，带宽1 GHz（含）以上的数字示波器、最高输出频率20 GHz（含）以上的射频微波信号发生器、频率测量范围20 GHz（含）以上的频谱分析仪和矢量网络分析仪、最高输出频率500 MHz（含）以上的任意波形发生器均为高端产品。  2020年以来，公司共发布11款高端新产品，公司已研发出技术门槛相对较高的8GHz带宽的12-bit高分辨率数字示波器、最高输出频率达40GHz的射频微波信号发生器、频率测量范围达26.5GHz的频谱分析仪、频率测量范围为26.5GHz的四端口矢量网络分析仪以及最高输出频率达1GHz的任意波形发生器等相对较高档次产品。  高端新产品的快速放量，为公司营业收入带来了增量增长，也进一步加强公司整体盈利能力。2023年，公司高端产品营业收入占比提升至22%，比去年同期的18%提升4个百分点，高端产品营业收入同比增长55.00%，拉动四大类产品平均单价同比提升23.38%。从产品的销售单价上看，销售单价3万以上的产品，销售额同比增长89.91%，销售单价5万以上的产品，销售额增长157.82%。  Q3：请问公司下游各行业的营业收入分别是多少？哪些下游行业需求更大？  A3：公司产品广泛应用于通讯、半导体、汽车电子、医疗电子、消费电子、教育科研等领域，下游行业分布广泛，难以采集到各行业的营业收入数据。从整个通用电子测试测量仪器行业来看，根据Technavio数据，2022年通用电子测试测量行业按照下游最终用户划分，通讯行业比例为28.14%，工业行业比例为26.87%，电子和半导体行业比例为13.38%。Technavio预计2027年通讯行业市场份额将增长至29.22%，为最大的下游细分市场，2027年电子和半导体行业市场份额将持续提升至14.29%，成为2022年至2027年表现最佳的下游细分市场。  Q4：请更新一下公司的直销工作进展？  A4：2023年，公司直销营业收入占比为13.52%，同比提升2.07个百分点，直销营业收入为6,534.36万元，同比增长43.51%。同时，2023年公司直销毛利率为66.42%，高于公司整体销售毛利率，直销收入的增加也进一步加强了公司的盈利能力。  由于公司产品矩阵完善，特别是矢量网络分析仪、射频微波信号发生器和频谱分析仪等射频微波类产品以及12-bit高分辨率数字示波器竞争优势明显，公司可以通过直销为客户提供更符合其需求的整体配套解决方案。随着公司产品高端化的进程不断加快，适合直销的产品越来越丰富，同时，客户对公司高端产品和服务支持等方面的要求也更高，公司持续优化直销队伍的管理和建设，不断加强各行业典型大客户以及高端产品的销售推进工作，未来公司将继续深入推动直销业务的发展。 | |