

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：2026-004

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 _____
参与单位名称及人员姓名	中泰证券 郑澄怀、张骥 中金公司 朱镜榆 华安证券 李元晨 山西证券 王昱翔 中信建投 季耘卉 申万宏源 姜安然 国华兴益保险 韩冬伟 臻远投资 彭荣安、彭笑 杭州润洲基金 王俊韬、杨杰 国科龙晖基金 姜俊峰 丹羿投资 张昭丞 光合创投 吴文浩
时间	2026 年 8 月 28 日

地点	公司办公室
上市公司接待 人员姓名	董事会秘书、副总经理 林长华 零售研究院院长 孙贤杰 投资者关系总监 郑桂兰
投资者关系活动 主要内容介绍	公司于 2026 年 8 月 28 日通过线下机构调研活动形式，向投资者介绍了公司业绩及 AI 战略业务进展情况，并回答投资者问题。 （一）公司经营情况说明 汉朔科技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，主要为全球泛零售企业提供基于物联网无线通信、人工智能和大数据技术的软硬件一体化解决方案。公司已全面启动“汉朔 2.0”战略，以“AI×数据”为核心，推动业务向综合解决方案转型。 2026 年上半年，公司营业收入为 29.07 亿元，同比上升 47.23%；归属于上市公司股东的净利润 3.36 亿元，同比上升 51.22%；经营活动产生的现金流量净额 7.74 亿元，同比上升 1,285.75%。 公司 2.0 战略持续推进，其对应的智能数字孪生系统是一个“可视、可预测、可控”的 AI 智能系统，以全门店 IoT 设备（如电子价签、AI 相机、智能购物车、巡检机器人等）实时感知+ERP 核心数据打通为基础，构建商品、供应链、门店运营、营销四大方向的专属 AI 智能体，实现“数据实时镜像、智能自主决策、全场景自动执行”的闭环运营。该系统下构建了 5 个 Nex 系列解决方案以及核心的 3 个 x 系列 AI 应用产品矩阵。 其中 xPilot 是公司依托数字孪生战略推出的首个 AI 应用产品，已于

今年 6 月正式发布。xPilot 是面向门店运营的一站式管理平台，它将缺货补货、陈列调整等分散的门店任务整合到同一平台，打造从问题发现、任务派发、执行到效果核验的完整闭环；依托 IoT 数据实现问题的快速识别响应，可在数分钟内发现缺货等问题，规避传统 ERP 报表滞后带来的销售损失，同时结合 AI 算法与多源数据，面向店员、店长、总部等不同岗位输出个性化经营洞察以及经过优先级排序的任务建议，并借助电子价签等已部署的智能硬件终端，直接驱动调价、补货等实操动作，保障经营决策洞察有效落地执行。该产品已在全球多家客户推进 POC，目标是提升人效、减少缺货损失、降低生鲜损耗等。xMedia、xInsight 平台两大平台持续推进研发中，其中 xMedia 平台服务于零售媒体网络（RMN）运营，xInsight 平台服务于零售商总部各部门以及品牌商用 AI 驱动核心业务流程并实现数据变现。

（二）问答交流环节

问题一：请介绍下半年客户拓展及订单情况，包括美国与欧洲的市场情况，是否有产能限制问题？

答：公司订单储备情况良好，其中美国市场是重要的新增需求市场，公司现有美国大客户在手订单符合预期，新客拓展方面，公司在北美 Top 100 客户中新增客户储备充足，为后续年度储备了订单来源；欧洲市场方面，英国和土耳其新增需求旺盛，公司已签约英国排名第一的零售客户 Tesco，作为全球头部供应商，公司预计后续将签约更多本地头部客户；同时，存量客户的换新需求也将逐渐释放，共同支持公司订单情况及业绩发展。产能方面，依托国内成熟的供应链体系，

公司产能供应充足。

问题二：请介绍公司与竞争对手的产品差异，竞争壁垒是什么？

答：长期以来，公司产品竞争力一直领先同行业。公司最新的电子价签+AI 相机的智能货架解决方案，通过 NFC 芯片技术，将商品定位精度控制在 1 厘米范围，是“视觉+电子价签”融合方案，相较于竞品的纯视觉方案，能大幅降低算力要求，实时更新数据，提升缺货检测速度。竞争壁垒方面，公司解决方案为基于私有通信协议的软硬件一体的解决方案，客户采用后一般形成稳定的 5-10 年的供应关系；其次，公司作为早期出海企业，已与众多全球头部零售商建立深度合作，拥有难以复制的客户案例和大规模交付经验，具备先发优势和规模化效应；第三，公司在全球已建立超过 30 家分子公司，形成了全面均衡的全球战略布局，具备优秀的本地服务能力和服务响应速度。

问题三：请介绍公司 xPilot 产品当前落地进展、付费模式、标杆客户情况，帮客户解决哪些问题，有什么量化价值？

答：现阶段公司 xPilot 正与欧美、亚太地区多家头部零售客户开展 POC 试点验证工作；公司与微软开展的合作，也将有助于提升 AI 产品在欧美地区落地的合规保障能力。客户的付费模式可采取多种方式，公司目前采用 SaaS 计费模式，后续也将探讨按 Token 用量计费等商业化路径。该产品助力零售商解决门店陈列管理、缺货管控、店内导航、生鲜运营等方面的经营痛点，可以为客户节省成本或增加收入，例如，帮助某客户将食品区人力成本从 4000 人时/月降至 3000 多人时/月。

	问题四：公司毛利率情况及毛利率趋势？ 答：公司毛利率处于同行业较高水平。从长期来看，公司将通过优化供应链、降本增效等措施维持合理的毛利率水平，另一方面将提高 SaaS 订阅费及软件服务收入占比，优化整体毛利率。 问题五：目前公司营业收入多来自电子价签业务，后续将如何开辟新的增长路径？ 答：电子价签是零售门店数字化的核心入口，公司目前营业收入主要来自电子价签业务，该细分行业依旧具备趋势性增长空间。随着北美市场渗透率提升、欧洲存量设备换新需求以及新兴市场的加速拓展，将支撑该业务持续增长。 与此同时，公司通过“汉朔 2.0”战略打开多元化的第二增长曲线。根据 Mordor Intelligence 的报告数据，全球零售业 AI 应用市场规模预计将从 2025 年的 142 亿美元增长到 2031 年的 827 亿美元（34%CAGR）。AI 应用场景的深度落地是核心方向之一，公司围绕智能货架管理、门店实时智能执行、AI 导购与自助结算、智能巡检与清洁等场景，构建了从感知到执行的全链路 AI 能力，这些方案正逐步从试点走向规模化落地。智能购物车已进入批量交付阶段，巡检机器人等相关方案则在国外商超以 POC 试点形式推进中。综上，电子价签业务的稳定增长为公司提供了稳定底盘，而 AI 驱动的场景化解决方案和软件服务的持续放量，则共同构成了公司未来的成长空间。
附件清单（如有）	无
日期	2026 年 8 月 28 日