

证券代码： 300226

证券简称： 上海钢联

上海钢联电子商务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	<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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（上市公司投资者交流活动）
参与单位名称及人员姓名	招商证券股份有限公司 刘玉萍、林语潇 中信建投证券股份有限公司 应璜、王嘉昊 海通证券股份有限公司 朱瑶 IGWT Investment 廖克铭 百年保险资产管理有限责任公司 李小宇 北京大道兴业投资管理有限公司 黄华艳 北京三维天地科技股份有限公司 彭微 博时基金管理有限公司 廖常青/万丽 财通基金管理有限公司 汪睿 财信证券股份有限公司 黄奕景 淡水泉（北京）投资管理有限公司 任宇 东方证券股份有限公司 覃俊宁 复通私募投资基金 余音 工银国际控股有限公司 吴亚雯 广东冠达菁华私募基金管理有限公司 岳永明 广东融昊资产管理有限公司 李良旭 广西荣和企业集团有限责任公司 莫玮道 广州市航长投资管理有限公司 麦浩明 国金证券股份有限公司 李忠宇 国联证券股份有限公司 黄楷 国泰君安创新投资有限公司 李庄骅 国信证券股份有限公司 吕科 海富通基金管理有限公司 刘海啸 杭州长谋投资管理有限公司 李谦 红杉资本股权投资管理（天津）有限公司 闫慧辰 鸿运私募基金管理（海南）有限公司 舒殷、高波 湖南源乘私募基金管理有限公司 胡亚男 华泰资产管理有限公司 郑金镇 华西证券（自营） 马行川 华夏财富创新投资管理有限公司 刘春胜 汇丰晋信基金管理有限公司 王昕 稷定资产管理（嘉兴）有限公司—稷定香象私募证券投资基金 马骁翔 金股证券投资咨询广东有限公司 曹志平

晋江市晨翰私募基金管理有限公司 邱仔强
玖玖资本 林婷
南京金光紫金创业投资管理有限公司 李润泽
宁波量利投资管理有限公司 徐辉
宁波三登投资管理合伙企业(有限合伙) 倪娜
磐厚动量（上海）资本管理有限公司 胡建芳、于昀田
鹏华基金管理有限公司 甘洋科
平安银行股份有限公司 刘颖飞
厦门财富管理顾问有限公司 卢杰
厦门金恒宇私募基金管理有限公司 董铨群
上海冰河资产管理有限公司 刘春茂
上海度势投资有限公司 顾宝成
上海泮杨资产管理有限公司 吴亮
上海峰瑞创业投资中心（有限合伙） 单承超
上海和谐汇一资产管理有限公司 凌晨
上海玖歌投资管理有限公司 赖正健
上海牧鑫私募基金管理有限公司 汪晨曦
上海磐耀资产管理有限公司 薛子健
上海睿郡资产管理有限公司 汪文翔
上海赛伯乐投资有限公司 程凯
上海申九资产管理有限公司 朱晓亮
上海天猊投资 曹国军
上海彤泰私募基金管理有限公司 曹剑飞
上海途灵资产管理有限公司 赵梓峰
上海信鱼私募基金管理有限公司 李霖
上海兆天投资管理有限公司 蔡仁飞
深圳金泊投资管理有限公司 陈佳琦
深圳前海博普资产管理有限公司 雍国铁
深圳市凯丰投资管理有限公司 陈烽
深圳市明达资产管理有限公司 黄俊杰
深圳市三木投资有限公司 涂俊辉
深圳市正德泰投资有限公司 钟华
深圳中天汇富基金管理有限公司 许高飞
苏州龙远投资管理有限公司 李声农
太平基金管理有限公司 田发祥
泰信基金管理有限公司 李其东
鑫元基金管理有限公司 彭子横
兴业基金管理有限公司 刘方旭
循远资产管理（上海）有限公司 田超平
叶海睿德成都投资管理有限公司 叶炜
招商证券(香港)有限公司 李健骏
浙江朝景投资管理有限公司 张高愉
郑州市鑫宇投资管理有限公司 王宇英
中信证券股份有限公司 朱珺琦

	<p>中银国际证券股份有限公司 张岩松</p> <p>中邮理财有限责任公司 陶俊</p> <p>中邮人寿保险股份有限公司 朱战宇</p> <p>中原证券股份有限公司 韩吉媛</p>
时间	2024年4月10日(周三) 下午 15:00~16:00
地点	电话会议
上市公司接待 人员姓名	<p>董事、总经理：高波</p> <p>董秘、财务总监：李勇胜</p>
投资者关系活 动主要内容介 绍	<p>公司就 2023 年年度报告等情况进行了介绍。投资者进行了以下提问：</p> <p>1、2023 年线下业务增长较快，未来产业数据服务业务的增长驱动力是什么？</p> <p>公司在 2017 年开始介入能源化工板块，并在 2017 年至 2019 年集中力量提升能源化工领域产业数据服务的业务基础，增强市场竞争力。在 2019 年，原计划将产业数据服务的优势品种进行国际化发展，但由于近几年国内外环境影响，这一计划被迫中断，导致相关的并购和产品方案无法实施。疫情期间，公司依靠线上业务实现了稳定的增长，但这种增长是基于前期线下业务开展中客户的积累。</p> <p>2023 年，随着疫情的结束，公司开始重视线下业务的恢复和拓展，弥补前几年线下服务的工作缺口，并重新调整员工绩效指引以强化线下业务的发展。同时，公司也重新启动了海外市场拓展的计划（包括越南、日本、新加坡、印尼等），将部分资源和人力分配到海外业务的开发上。这导致了线上业务的增长放缓，但公司预计随着线下业务的快速增长和海外市场的拓展，线上业务也会得到相应的提升。</p> <p>公司将持续践行数据业务发展规划。首先，公司计划在国内市场完善黑色领域的业务拓展。公司的黑色版块业务中，建筑钢材市场份额较高，而板材（如汽车板、船板）等新兴制造业相关品种的发展则相对不足。这些新兴制造品种原先都归属于同一事业部管理，事业部的管理机制需要进一步拆分以提升效率。但鉴于前几年国内外环境，担心内部大的调整可能影响稳定性，公司推迟了拆分计划，直到去年才实施，将钢材事业群拆分为多个专门的事业部，使其专注于各自的品种。部门拆分后的数据显示，其他品种的增长速度显著提升，这表明通过拆分释放了新的生产力，有效促进了品种拓展和业务增长。</p> <p>其次，公司黑色版块在国内市场中占有较高的市场份额，但在国际市场上，尤其是与日本、韩国、欧盟、东南亚、非洲以及印度等地区的合作还远</p>

远不够。钢材事业群作为我们国际化的第一支部队，开始在越南等地设立办公室，并计划在东南亚等地区按照中国国内的业务模式建立整个运营体系。公司计划将这些区域整合为一个大的内部管理区域，不再细分国别，以便更好地管理和拓展收费客户群体。

此外，公司也通过推动品种拓展来进一步扩大业务，公司在国内的业务模式以价格和数据为核心，随着产业升级和业务模式的更新，公司加大推广 EBC 和投研管理系统，介入工厂内部经营管理，增加数据应用场景。

2、公司的海外业务人员投入的规划？

公司在国际市场拓展方面采取了灵活且审慎的策略。通过在越南和日本进行试点项目，公司探索了不同成本环境下的业务模式。在人员配置上，公司权衡了本地化管理和调动现有人员之间的成本效益，以降低成本并提高效率。

3、公司目前数据资产入表的进度以及对于后续的展望，后续对公司业绩和经营的影响？

关于数据资产入表大家都非常关注，因为财政部去年发布了《企业数据资源相关会计处理暂行规定》，相关会计准则没有发生变化，目前也没有相关的细则规定，但我们也在持续做相关准备工作。

另外，数据资产入表分两块工作。第一块工作是我们自己的数据资产入表，作为一家数据的生产和销售公司，我们需要先通过我们自己的实践总结相关规律。第二是我们目前在参与不少客户的数据资产管理筹建工作和他们数据库地搭建工作，我们可能开发新的产品线，为客户去做数据资产管理，以及入表等相关工作。

4、关于 AI 产品落地节奏？如何展望 AI 产品价值量？

AI 目前在我们的客户里边已经获得应用和收费的，就是 AI 价格预测，嵌在我们给工厂做的 EBC 系统里，和给数据需求比较大的客户投研管理系统里，作为一个模块来应用。这个模块是作为客户整体收费当中的一部分。公司发布“小钢”数字智能助手，目前还在外测和迭代的过程当中。

在 AI 投研上，我们不仅在自主研发，同时也在寻找海外合作伙伴，计划共同开发新的 AI 投研产品，目前还没有成效。

5、公司产业数据服务毛利率 2023 年略有下降的原因？以及产业数据这

一块的可复制能力如何？

毛利率下降主要是因为是在市场竞争激烈的阶段，我们选择暂时不追求过高的利润。同时，为了实现收入的持续增长，会使用利润来补贴新投入的产品线，不断扩大市场份额。

关于业务模式复制通常是看三个复制能力的维度：

首先，将黑色金属业务模式复制并迭代到能源化工领域，从目前的情况来看，我们对收入增长结果是满意的。

其次，我们思考的是将国内成功的模式复制到全球市场的可能性。我们需要验证我们现有的模式在海外的适应性。这也考验了钢联的跨国经营能力和复制能力。

第三，我们需要验证我们的模式是否具有普遍性。我们不仅要考虑它是否适合化工和能源领域，还要考虑它是否适合有色金属领域。我们还要思考这种模式是否只是偶然适用于某些特定地区，比如发展中国家或工业化程度较低的地区。在成熟的工业化地区，我们的模式是否同样适用？在推动业务的过程中，我们会从自己的角度出发，考虑不同地区的特点，并在全球范围内进行尝试。通过这种方式，我们希望找到业务背后的逻辑，并根据不同情况调整我们的策略。

6、钢银电商 2023 年取得了比较亮眼的表现。那么 2024 年是不是也会面临宏观环境方面的一些挑战？钢铁交易的电商平台也会面临着一些竞争环境的问题。如何看待钢材交易业务这一块后面的发展。

钢银电商方面，钢材交易服务稳步扩张。尽管面临疫情和宏观经济压力等不确定性因素，钢银电商平台凭借其服务优势赢得了市场的认可。但是同时大家也看到毛利率略有下滑，这和整个行业的现状相关，我们也靠不断的挖掘用户需求来提高业务利润。目前，钢银电商以技术交易为核心，同时向仓储、加工、软件信息化服务等领域拓展，形成了一个综合性的战略布局。整体业务保持着稳定的增长态势。未来，钢银电商将继续深耕市场，致力于可持续发展。我们提出了在符合公司风险管控能力的前提下，不断提升信息化水平和客户的综合服务能力，以保持电商平台的核心竞争力，实现钢铁交易的便捷性和安全性，从而提升用户体验和满意度。

随着国家政策的稳步推进和钢铁行业持续的改革，钢铁电商逐渐被行业所认可，并形成了以交易为基础、围绕钢铁产业链上下游打造综合服务的模式。平台效应的显现，预示着未来钢铁电商将在提升钢材流通渠道效率、降低营销成本、优化产业链上下游存货营运效率等方面发挥更加重要的作用。

7、公司管理层股权占比小，公司怎么平衡管理层的利益跟股东的利益？公司未来有没有新的股权激励计划？

公司未来会持续地做股权激励计划或其他安排。

8、钢银电商寄售交易业务下降的原因？

在公司业务场景描述里面，主要包括寄售和供应链业务。寄售业务一方面是以钢银电商作为平台，引入买方和卖方在平台上交易，钢银电商参与整个资金结算的流程，这块我们不承担价格波动的风险，通过净额法核算，用毛利来计入收入；另一方面钢银电商自己也在平台上也有少量的自营业务，通过总额法核算。我们为了控制风险，这几年控制了自营业务的规模，就导致寄售业务的营收下降。

9、公司 2023 年全年钢银电商的经营性净现金流出现了比较大幅度的下降，背后是什么原因？

在 2023 年度，钢银电商对业务结构进行了调整，以更好地控制风险，但平台交易量仍保持了 20% 的增长，钢银电商加大了供应链业务中帮你采的资金投入。

10、公司 AI 产品的模式是什么？

在目前数据服务板块分六个工作线：价格、数据、快讯、分析、咨询、会务。

第一，我们现在对团队的要求是目前 AI 的这种能力和整个模型的应用要慢慢嵌入到各个工作条线跟客户地互动当中去，给原有的业务条线进行赋能。比如客服、报价、采集，会降低我们自己内部的成本、提高效率。

第二，要让 AI 成为公司产品的模块之一，去给客户提供相关的服务。

第三，是单独售卖，包括小钢机器人、智能报告等，我们会针对 AI 单独开一些产品，条件也不一定必须是线上订阅的，也有可能是私有部署。

11、如果我们把 AI 赋能到产品功能模块里面去的话，是可以考虑去提高我们的单价吗？

我们如果给某一家制造业企业做了 EBC 系统，AI 模块是要单独收费的。比如我们 AI 能对未来几周的市场进行价格预测，如果它的准确率能达到一定水平，工厂会拿这条线去作为内部的采购和销售的绩效考核线，然后以围绕

	<p>着这条线的偏离度去做内部的人力资源管控改革，去做绩效提升、降本增效的相关工作，它的应用场景其实还是比较广泛的。我们目前的想法就是还是要去做 B 端的深入服务，并没有非常大的诉求说要把这个应用在整个全行业的 C 端里边。</p> <p>12、关于品类，除了黑色、能化、有色，公司对农产品这一块现在的想法是什么？</p> <p>我们的管理团队对中国在全球大宗商品市场中的话语权进行了评估。在黑色金属、有色金属以及不含能源的化工产品领域，中国无疑是全球的领导者。然而，对于原油和天然气，我们并不是全球市场的主导者。从这个角度出发，我们在能源化工领域的品种拓展更侧重于化工产品，而对于能源产品，我们将其定位为战略物资，与铁矿石的定位相似，海外市场的开发在这一领域显得尤为重要。</p> <p>在全球大宗商品的分类中，中国的农产品是产业链中较弱的。因此，我们目前的工作重心是先发展完善其他三个板块。农产品领域，目前我们在粮食、油脂油料、畜牧业都有领先的数据产品，营收已超过二千万以上，近年来保持较高速增长。</p>
附件清单（如有）	
日期	2024-4-11