

证券代码：002115

证券简称：三维通信

三维通信股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2023—006

调研活动类别	<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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议、网络会议）
参与单位名称及人员姓名	泰康基金：金宏伟、游涓洋；东方基金：何舒阳；华泰柏瑞基金：张慧、沈雪峰、莫倩、刘志清；盘京投资：陈真洋。
时间	2023年3月15日、2023年3月16日
地点	北京、线上会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：任锋 投资者关系专员：瞿奕诚
调研活动主要内容介绍	<p>Q1:无线覆盖产品的海外市场前景如何？公司在该细分领域有何竞争优势？</p> <p>A: 从全球无线覆盖市场来看，以典型产品 DAS 为例，全球 DAS 需求保持稳步增长，年复合增长率近 20%。其中，5G DAS 需求增长迅速，年复合增长率超过 45%。此外，海外无线覆盖需求场景十分丰富，涵盖地铁、大型 CBD、医院、农网等。公司近年来通信海外业务持续突破，2022 年 1-9 月，公司境外收入同比增长 108.47%，创历史新高。公司在数字 DAS 领域，技术和产品质量全球领先，产品竞争力出色，DAS 系列产品在亚太、日韩、美洲等区域的市场份额逐步提升，个别区域份额已排名行业第一。在亚太地区的轨道交通覆盖市场上，公司先发优势明显，继续中标新加坡和马来西亚新建地铁线覆盖项目，连续两年中标率达 100%。公司凭借良好的产品品质，协同渠道伙伴快速响应亚太地区大客户的需求，深入参与亚太地区 5G 网</p>

络建设与共建共享业务，业务规模持续扩大。

Q2:公司的海上卫星通信运营业务发展亮眼，针对后续全球商船业务的开发，有何规划？相比国外同行业公司有何竞争优势？

A: 子公司海卫通将在巩固商船卫星通信国内市场占有率排名前列的基础上，加强与国际、国内 VSAT 运营商的资源合作，构建天地一体的全球 VSAT 服务网络，成为国内领先、全球知名的卫星通信业务运营和服务提供商。针对商船国际市场，海卫通先后在新加坡及希腊建立亚太地区及欧洲地区的海外服务中心，且在各服务中心聘用当地产品销售顾问为全球客户做本地化的服务支撑。未来，公司将规划在日本、巴拿马、阿联酋等船舶注册较多的国家设立服务分支机构，不断优化全球服务网络，努力实现全球供应和服务支撑，提升应对国际市场快速变化的响应能力。

海卫通是国内第一家专业服务海事船舶终端客户的国际卫星运营商，拥有三千多艘船舶的卫星通信及船端信息化的运维经验以及明显的先发优势。在产品方面，拥有灵活的定制化策略以及价格优势，并针对客户需求持续优化。此外，海卫通打造的 7*24 小时全球智慧海洋服务平台能够为客户带来各种增值服务及全新的用户体验，帮助客户打造海事行业领先的船舶智能化、信息化的运营和管理方式。

Q3:相比中国铁塔，民营铁塔公司的体量较小，公司为何考虑进入该赛道？

A: 5G 通信基础设施建设及运营项目是公司通信业务战略方向之一，进入该赛道有以下几点考量：一是通信铁塔业务属于运营业务模式，与公司现有的通信覆盖设备销售及解决方案的业务模式形成互补，可以降低产品和业务结构单一的风

险，进一步增强公司的竞争优势，巩固公司的核心竞争力；二是具有铁塔资产价值模型清晰、风险相对较小，项目具有较高的投资价值；三是铁塔营运业务具有长期现金流稳定、资产收益模型受宏观经济波动影响小等特点，能够帮助公司获取持续且稳定的收入，有利于公司长期稳定发展。

Q4:请介绍通信铁塔运营业务未来的发展规划。

A: 通信铁塔运营业务是公司重要的通信运营板块之一，由于公司新展通信实施开展。自新展通信成立以来，通过对通信铁塔市场的探索和团队的建设，已拥有一批专业的业务团队，具备优秀的市场开拓能力、运营能力及整合能力。2022年公司投入募集资金4.5亿元用于通信铁塔项目，目前项目继续按计划顺利开展投资。未来，公司将沿着既定的市场路径与发展战略，持续加大该业务投资力度，积极开拓融资渠道，不断推动业务发展，有效提升公司的市场竞争力和经营业绩。随着公司拥有的通信铁塔站址资源不断增加，共享率以及规模效应的持续提升，将成为公司新的盈利增长点。新展通信规划通过2-3年的努力，跻身民营通信铁塔租赁业务前三强，成为通信基础设施建设及运营先行者。

Q5:公司有何具体的措施来提升互联网板块毛利率水平？

A: 2022年，互联网广告行业受经济下行的影响较大，实现广告收入5088亿元，同比下降6.38%。公司互联网业务毛利率主要受到行业竞争和经济疲软的影响，近年来有所降低。为提升该业务毛利率水平，公司积极采取各种措施：一是积极调整客户结构，大幅降低二代客户比例，提升与优质大客户的粘合度，在具有较强竞争优势的游戏、自媒体、K1大货电商等行业继续保持原有规模的基础上，大力拓展网服、平台电商、消费金融等潜力赛道；二是提升加大短视频、直播等代运营能力建设，组建相关代运营团队与直播基地，增加

	行业布局的多元化分布。
附件清单(如有)	无
日期	2023-3-16