

证券代码：300682

证券简称：朗新科技

朗新科技集团股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2022-02

投资者关系 活动类别	特定对象调研 电话会议
参与单位名称及人员姓名	鹏华基金、招商基金、融通基金、金鹰基金、银河基金、宝盈基金、国投瑞银基金、太平洋养老保险、兴全基金、财通基金、泰康资产、阳光保险、上投摩根基金、兴业基金、华夏久盈资产管理、新曦资产、施罗德基金、Pinpoint、Wellington management
时间	2022年04月1日~14日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书王慎勇、投资者关系总监王彬彬、证券事务代表王利
投资者关系 活动主要内容介绍	详见会议纪要
附件清单 (如有)	无
日期	2022年04月1日~14日

会议纪要

日期：2022 年 04 月 1 日-14 日

方式：特定对象调研 电话会议

一、公司简介

朗新科技集团股份有限公司（以下简称“朗新科技”、“公司”或“集团”）董事会秘书王慎勇先生向与会者介绍了公司 2021 年度业绩情况。

朗新科技是能源行业领先的科技企业，一直服务于电力能源消费领域，以 B2B2C 的业务模式，聚焦“能源数字化+能源互联网”双轮驱动发展战略。一方面，公司深耕能源行业，通过完整的解决方案，助力国家电网、南方电网、燃气集团、光伏电站等客户实现数字化升级，沉淀中台能力和平台产品，助力新型电力系统建设的市场化发展和服务的创新升级；另一方面，公司通过构建自有的能源互联网服务平台，深度开展能源需求侧的运营服务，携手战略合作伙伴，通过支付宝、银联、城市超级 APP 等入口，为终端用户提供多种能源服务新场景，包括家庭能源消费、电动汽车充电、能效管理等服务，促进终端能源消费电气化和场景化。

报告期内，朗新科技集团实现营业收入 46.39 亿元，同比增长 36.98%；实现归属于上市公司股东的净利润 8.47 亿元，同比增长 19.77%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 7.23 亿元，同比增长 23.83%。

二、问答环节

1、今年以来，新电途聚合充电平台业务进展如何？

答：

今年以来，公司战略聚焦“新电途”聚合充电平台与服务业务，持续加大平台建设与服务投入，持续提升聚合充电网络覆盖、用户体验和平台交易 GMV。截至 2022 年一季度末，“新电途”聚合充电平台充电桩覆盖量近 40 万，注册用户近 300 万，Q1 用户同比去年增长超过 200%，平台聚合充电量超过

3.3 亿度，较上年同期增加约 7 倍，平台交易 GMV 获得高速增长，为下一步的能源运营服务持续夯实业务基础。

2、2021 年能源数字化板块取得 35% 的增长，主要驱动力是什么？

答：

2021 年公司能源数字化业务整体增长达到 35%，其中和电网相关的数字化收入同比增加约 25%，体现了加速的趋势，此外公司围绕城市政府等能源领域新的参与者，做了一些探索和布局，由于公司之前在这些领域的数字化业务收入体量较小，因此增速更快。

在电网领域，公司在电力用电服务核心系统、数字新基建、能源服务运营等方面均取得较好发展，新签订单进一步增长。在用电服务核心系统方面，朗新全面参与国网能源互联网营销服务系统（营销 2.0）的试点项目建设工作，为今年即将启动的大规模推广做好准备；在新基建方面，朗新协同多个省电力公司建立了能源大数据中心，并发展了各种电力指数、碳排放指数等数据产品，为政府疫情防控、复工复产、产业扶持、碳排放、电力征信提供能源大数据支撑服务，朗新承建了多个省市电力采集主站系统、智慧能源服务平台和电动汽车运营平台，公司已经从营销为主发展到营销+采集双核心业务发展；在能源服务运营方面，随着电价改革的推进和全国统一电力市场的建设，公司加大在电力市场化业务上的投入，发展了市场化售电结算、负荷预测等多款产品并成功运用于多个省市电力公司。在市场化售电、综合能源服务、电动汽车充电等竞争性市场的大发展的趋势下，公司大力发展能源服务运营，开展营销运营，综合能源业务运营、充电桩运营等多种市场化运营工作。我们认为，能源数字化业务将保持较高的景气度。

3、十四五期间，电力市场公司面临哪些机会？

答：

去年以来，全球能源行业出现新的变化，国际市场能源价格大幅上涨，国内电力、煤炭供应持续偏紧，一些地方出现限电停产或错峰生产的情况。国家层面连续出台相关政策，如：《关于进一步深化燃煤发电上网电价市场化改革的通知》（发改价格〔2021〕1439 号），《售电公司管理办法》（发改体改规〔2021〕1595 号）等，全面推进电力市场化改革，有效运用市场化手段和改革措施，保

证电力和煤炭等供应。这将加速推进电网公司经营转型、加大数字化相关投资，并打开更大的电力市场发展空间。

一方面，电力系统的各个环节将全面智能化、数字化、互动化。朗新能源数字化软件服务业务的发展空间进一步打开，相关业务将呈现加速增长的趋势。例如，公司持续深耕用电服务核心业务系统，在研发及解决方案上持续加大投入，正全面参与国网能源互联网营销服务系统（营销 2.0）系统开发建设；公司围绕行业热点发展，积极参与大数据应用、物联采集平台和应用、云计算平台和应用等方向的重点项目研发与落地实践，研发了端到端的能源大数据解决方案，目前已支撑多个省份开展能源大数据创新应用。

另一方面，能源即服务，随着电力市场的进一步开放，公司正在通过自有的能源互联网平台提供更丰富便捷的能源运营服务。在家庭能源消费领域，公司的能源互联网服务平台已累计服务家庭用户超 3.5 亿户，连接水电燃热等机构客户超 5,300 家，十四五期间，公司将推动家庭能源量化服务、低碳生活服务，尝试从用户支付延展至家庭能源服务领域，探索家庭能源管理场景。公司的“新电途”聚合充电服务平台，已累计接入充电运营商超 400 家、服务新能源充电车主近 300 万，十四五期间，在持续提升聚合充电网络覆盖、用户服务体验的同时，公司将在光储充一体化、充电+售电等能源服务模式上争取突破，快速提升“新电途”聚合充电平台的 GMV。十四五期间，分布式光伏等新能源将获得高速发展，公司的“新耀光伏云平台”将面临高速增长的新机遇，同时，为光储充一体化场景提供更多的新能源连接。

4、2022 年公司电网业务整体交付的周期如何，是否受疫情影响？

答：

公司面向电力行业为主的能源数字化业务具有较强季节性特征，相关收入大部分在下半年尤其是四季度进行确认。以今年电网的规划来看，营销 2.0 等核心系统的推广主要会集中在下半年，除了营销核心系统，今年整体上电网对数字化支撑和服务的需求还是很旺盛，相关预算也在增加。目前，受疫情影响部分地区采取了封闭隔离措施，公司在主要客户现场均部署有强大的本地化技术服务团队，在封闭隔离期间已与客户协同做好了人员支撑工作安排，相关业务服务和支撑工作整体受疫情影响较小。

5、能源互联网业务毛利率有所下降的原因？

答：

能源互联网业务 2021 年实现收入 8.28 亿，同比增长约 44%，毛利率下滑约 10 个百分点。主要是公司在生活缴费领域加大了对下沉市场的拓展，中小水燃热等公共机构市场推广费用有所增加；同时在聚合充电、停车等新场景建设和运营投入加大，目前这些新的场景均处于快速增长阶段，随着业务量的快速提升，毛利率也会逐步提升，整体上能源互联网业务会保持较高的毛利率水平。