

汉朔科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市发行公告

保荐人(主承销商):中国国际金融股份有限公司

特别提示

初步询价结束后,发行人和保荐人(主承销商)根据剔除无效报价后的初步询价结果,对所有符合条件的网下投资者所属配售对象的报价按照申报价格由高到低,同一申报价格上按配售对象的拟申购数量由小到大,同一申报价格同一拟申购数量的按申报时间(申报时间以深圳证券交易所(以下简称“深交所”)网下发行电子平台记录为准)由晚到早,同一申报价格同一拟申购数量同一申报时间上按深交所网下发行电子平台自动生成的配售对象顺序从后到前的顺序排序,剔除报价最高部分配售对象的报价,剔除的拟申购量不超过符合条件的所有网下投资者拟申购总量的3%,本次发行执行3%的最高报价剔除比例。当拟剔除的最高申报价格部分中的最低价格与确定的发行价格相同时,对该价格上的申报不再剔除。剔除部分配售对象不得参与网下申购。

本次发行价格27.50元/股对应的发行人2023年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东净利润摊薄后市盈率为17.14倍,低于中证指数有限公司2025年2月25日(T-3日)发布的发行人所处行业最近一个月平均静态市盈率43.85倍,低于同行业可比公司2023年扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东净利润的平均静态市盈率30.36倍,但仍存在未来发行人股价下跌给投资者带来损失的风险。发行人和保荐人(主承销商)提请投资者关注投资风险,审慎研判发行定价的合理性,理性做出投资决策。

汉朔科技股份有限公司(以下简称“汉朔科技”、“发行人”或“公司”)根据中国证券监督管理委员会(以下简称“中国证监会”)颁布的《证券发行与承销管理办法》(证监会令〔第208号〕)(以下简称“《管理办法》”)、《首次公开发行股票注册管理办法》(证监会令〔第205号〕),深圳证券交易所(以下简称“深交所”)发布的《深圳证券交易所首次公开发行股票发行与承销业务实施细则》(深证上〔2023〕100号)(以下简称“《业务实施细则》”)、《深圳市场首次公开发行股票网上发行实施细则》(深证上〔2018〕279号)(以下简称“《网上发行实施细则》”)、《深圳市场首次公开发行股票网下发行实施细则(2023年修订)》(深证上〔2023〕110号)(以下简称“《网下发行实施细则》”)、中国证券业协会(以下简称“证券业协会”)发布的《首次公开发行股票承销业务规则》(中证协发〔2023〕18号)、《首次公开发行股票网下投资者管理规则》(中证协发〔2024〕237号)(以下简称“《网下投资者管理规则》”)和《首次公开发行股票网下投资者分类评价和管理指引》(中证协发〔2024〕277号)(以下简称“《首发网下投资者分类评价和管理指引》”)等相关法律法规、监管规定及自律规则等文件,以及深交所有关股票发行上市规则和最新操作指引等有关规定,组织实施首次公开发行股票并在创业板上市,请投资者关注相关规定的变化。

本次发行的保荐人(主承销商)为中国国际金融股份有限公司(以下简称“中金公司”、“保荐人”或“保荐人(主承销商)”)。

本次初步询价和网下发行均通过深交所网下发行电子平台及中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司(以下简称“中国结算深圳分公司”)登记结算系统进行,请网下投资者认真阅读本公告及《网下发行实施细则》等相关规定。本次网下发行通过深交所交易系统,请网下投资者认真阅读本公告及《网上发行实施细则》等相关规定。

本次发行适用于2023年2月17日中国证监会发布的《证券发行与承销管理办法》(证监会令〔第208号〕)、《首次公开发行股票注册管理办法》(证监会令〔第205号〕),深交所发布的《深圳证券交易所首次公开发行股票发行与承销业务实施细则》(深证上〔2023〕100号)、《深圳市场首次公开发行股票网上发行实施细则(2018年修订)》(深证上〔2018〕279号)、《深圳市场首次公开发行股票网下发行实施细则(2023年修订)》(深证上〔2023〕110号),中国证券业协会发布的《首次公开发行股票承销业务规则》(中证协发〔2023〕18号)、《首次公开发行股票网下投资者管理规则》(中证协发〔2024〕237号)、《首次公开发行股票网下投资者分类评价和管理指引》(中证协发〔2024〕277号),请投资者关注相关规定的变化,关注投资风险,审慎研判发行定价的合理性,理性做出投资决策。

敬请投资者重点关注本次发行流程、网上网下申购及缴款、弃购股份处理等方面,具体内容如下:

1.初步询价结束后,发行人和保荐人(主承销商)根据《汉朔科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市初步询价及推介公告》(以下简称“《初步询价及推介公告》”)中规定的剔除规则,在剔除不符合要求的网下投资者报价后,将申报价格高于29.68元/股(不含29.68元/股)的配售对象全部剔除;将申报价格为29.68元/股,且拟申购数量小于1,350万股(不含1,350万股)的配售对象全部剔除;将申报价格为29.68元/股,拟申购数量等于1,350万股,且申购时间为2025年2月25日13:25:42-074的配售对象中,按网下发行电子平台自动生成的配售对象顺序从后到前排列将13个配售对象予以剔除。以上共计剔除190个配售对象,对应剔除的拟申购总量为221,870万股,约占本次初步询价剔除无效报价后拟申购总量7,411,760万股的2.9935%。剔除部分不得参与网下及网上申购。具体剔除情况请见“附表:配售对象初步询价报价情况”中被剔除“高价剔除”的部分。

2.发行人和保荐人(主承销商)根据初步询价结果情况并综合考虑剩余报价及拟申购数量、有效认购倍数、发行人基本面及所处行业、市场情况、同行业上市公司估值水平、募集资金需求及承销风险等因素,协商确定本次发行价格为27.50元/股,网下发行不再进行累计投标询价。

投资者请按此价格在2025年2月28日(T日)进行网上和网下申购,申购时无需缴付申购资金。其中,网下申购时间为9:30-15:00,网上申购时间为9:15-11:30,13:00-15:00。

3.发行人与保荐人(主承销商)协商确定的发行价格为27.50元/股,本次发行的发行价格不超过剔除最高报价后网下投资者报价的中位数和加权平均数,剔除最高报价后通过公开募集方式设立的证券投资基金(以下简称“公募基金”)、全国社会保障基金(以下简称“社保基金”)、基本养老保险基金(以下简称“养老金”)、企业年金基金和职业年金基金(以下简称“年金基金”),符合《保险资金运用管理办法》等规定的保险资金(以下简称“保险资金”)和合格境外投资者资金报价中位数和加权平均数孰低值(以下简称“四个孰孰低值”),故保荐人相关子公司中国中金财富证券有限公司(以下简称“中金财富”)无需参与本次发行的战略配售。

根据最终确定的发行价格,本次发行的参与战略配售的投资者由发行人的高级管理人员与核心员工参与本次战略配售设立的专项资产管理计划和其他参与战略配售的投资者组成。发行人的高级管理人员与核心员工参与本次战略配售设立的专项资产管理计划为中金汉朔科技1号员工参与战略配售集合资产管理计划(以下简称“中金汉朔1号资管计划”)。根据最终确定的发行价格,参与战略配售的投资者最终获配

数量为844.8000万股,占本次发行数量的20.00%,其中中金汉朔1号资管计划最终战略配售股份数量为212.1454万股,约占本次发行股份数量的5.02%。

本次发行的初始战略配售的发行数量为844.8000万股,占本次发行数量的20.00%。本次发行最终战略配售数量为844.8000万股,占本次发行数量的20.00%。本次发行初始战略配售数量与最终战略配售数量相同,本次发行战略配售未向网下发行进行回拨。

4.限售期安排:本次发行的股票中,网上发行的股票无流通限制及限售期安排,自本次公开发行的股票在深交所上市之日起即可流通。

网下发行部分采用比例限售方式,网下投资者应当承诺其获配股票数量的10%(向上取整计算)限售期限为自发行人首次公开发行股票上市之日起6个月,即每个配售对象获配的股票中,90%的股份无限售期,自本次发行股票在深交所上市交易之日起即可流通;10%的股份限售期为6个月,限售期自本次发行股票在深交所上市交易之日起开始计算。

网下投资者参与初步询价报价及网下申购时,无需为其管理的配售对象填写限售期安排,一旦报价即视为接受本公告所披露的网下限售期安排。

战略配售方面,中金汉朔1号资管计划和其他参与战略配售的投资者获配股票的限售期为12个月。限售期自本次公开发行的股票在深交所上市之日起开始计算。限售期届满后,参与战略配售的投资者对获配股份的减持适用中国证监会和深交所关于股份减持的有关规定。

5.网上投资者应当自主表达申购意向,不得概括委托证券公司代其进行新股申购。

6.发行人和保荐人(主承销商)在本次发行网上、网下申购结束后,将根据网上申购情况于2025年2月28日(T日)决定是否启动回拨机制,对网上、网下发行的规模进行调节。回拨机制的启动将根据网上投资者初步有效申购倍数确定。

7.网下投资者应根据《汉朔科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市网下发行初步配售结果公告》(以下简称“《网下发行初步配售结果公告》”),于2025年3月4日(T+2日)16:00前,按最终确定的发行价格与获配数量,及时足额缴纳新股认购资金。

认购资金应该在规定时间内足额到账,未在规定时间内或未按要求足额缴纳认购资金的,该配售对象获配新股全部无效。多只新股同日发行时出现前述情形的,该配售对象全部获配股份无效。不同配售对象共用银行账户的,若认购资金不足,共用银行账户的配售对象获配股份全部无效。网下投资者如同日获配多只新股,请按每只新股分别缴款,并按照规定填写备注。

网上投资者申购新股中签后,应根据《汉朔科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市网上摇号中签结果公告》(以下简称“《网上摇号中签结果公告》”)履行资金交收义务,确保其资金账户在2025年3月4日(T+2日)日终有足额的新股认购资金,不足部分视为放弃认购,由此产生的后果及相关法律责任由投资者自行承担。投资者款项划付需遵守投资者所在证券公司的相关规定。

网下及网上投资者放弃认购的股票由保荐人(主承销商)包销。

8.当网下和网上投资者缴款认购的股份数量合计不足扣除最终战略配售数量后本次公开发行数量的70%时,发行人和保荐人(主承销商)将中止本次新股发行,并就中止发行的原因和后续安排进行信息披露。

9.提供有效报价的网下投资者未参与申购或未足额申购或获得初步配售的网下投资者未按时足额缴付认购资金的,将被视为违约并应承担违约责任,保荐人(主承销商)将违约情况报证券业协会备案。网下投资者或其管理的配售对象在证券交易所各市场板块相关项目的违规次数合并计算。配售对象被列入限制名单期间,该配售对象不得参与证券交易所各市场板块相关项目的网下询价和配售业务。网下投资者被列入限制名单期间,其所管理的配售对象均不得参与证券交易所各市场板块相关项目的网下询价和配售业务。

网上投资者连续12个月内累计出现3次中签但未足额缴款的情形时,自结算参与人最近一次申报其放弃认购的次日起6个月(按180个自然日计算,含次日)内不得参与新股、存托凭证、可转换公司债券、可交换公司债券网上申购。放弃认购的次数按照投资者实际放弃认购新股、存托凭证、可转换公司债券与可交换公司债券的次数合并计算。

10.发行人和保荐人(主承销商)高度重视广大投资者注意投资风险,理性投资,认真阅读2025年2月27日(T-1日)披露的《汉朔科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市投资风险特别公告》(以下简称“《投资风险特别公告》”),充分了解市场风险,审慎参与本次新股发行。

估值及投资风险提示

1.本次发行价格为27.50元/股,请投资者根据以下情况判断本次发行定价的合理性。

(1)根据《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017)及《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引》(2023年),发行人所属行业为“计算机、通信和其他电子设备制造业(C39)”,截至2025年2月25日(T-3日),中证指数有限公司发布的计算机、通信和其他电子设备制造业(C39)最近一个月平均静态市盈率为43.85倍,请投资者决策时参考。

截至2025年2月25日(T-3日),主营业务与发行人相近的上市公司市盈率水平情况如下:

证券代码	证券简称	2023年扣非前EPS(元/股)	2023年扣非后EPS(元/股)	T-3日股票收盘价(元/股)	对应的静态市盈率(扣非前)(2023年)	对应的静态市盈率(扣非后)(2023年)
VU.PA	VU	37.5676	-	1,242.81	33.08	-
PRICB.ST	PRIC.B	-0.2020	-	6.50	-32.17	-
248070.KS	Solum	12.1468	-	91.19	7.51	-
境外可比公司平均值(剔除极值)						
300609.SZ	汇纳科技	-0.2833	-0.3235	26.93	-95.06	-83.26
002881.SZ	美格智能	0.2464	0.1412	56.14	227.84	397.56
300638.SZ	广和通	0.7362	0.6998	37.17	50.49	53.11
603236.SH	移远通信	0.3467	0.0217	89.93	259.42	4,150.70
688159.SH	有方科技	-0.4178	-0.5414	47.00	-112.50	-86.82
境内可比公司平均值(剔除极值)						
整体平均值(剔除极值)						
		50.49	53.11	30.36	-	-

数据来源:Wind资讯,可比公司年度报告,数据截至2025年2月25日(T-3日)。

注1:市盈率计算如存在尾数差异,为四舍五入造成;

注2:2023年扣非前/后EPS=2023年扣除非经常性损益前/后归母净利润/T-3日总股本;

注3:境外可比公司相关数字换算为人民币单位,汇率采用2025年2月25日中间价;

注4:境外可比公司未披露非经常性损益,因此无2023年扣非后EPS和市盈率数据;

注5:根据汇纳科技、有方科技的2023年度报告,汇纳科技、有方科技2023年度归属于母公司净利润(扣非前/扣非后)亏损,在可比公司的2023年平均静态市盈率(扣非前/扣非后)计算中作为极值给予剔除;

注6:境外可比公司Pricer 2023年净利润为负,在平均静态市盈率计算中作为极值给予剔除;

注7:本次发行定价合理性说明如下:

1)行业因素:零售数字化加速,全球电子价签行业具有广阔增长空间

公司围绕零售门店数字化领域,构建了以电子价签系统、SaaS云平台服务等软硬件产品及服务为核心的业务体系。公司致力于成为全球领先的零售门店数字化解决方案提供商,为零售行业实现数字化转型升级提供助力。

随着人工成本的持续上升,门店数字化降本增效的需求日益提升及实践推广越来越广泛,电子价签作为降低零售门店运营成本的重要工具,渗透率将日益提升。根据法国巴黎银行的预测,2024年全球将有超过2,000个零售商的逾100万家实体店配置电子价签;根据CINNO统计数据,2017年-2023年全球电子价签市场规模从28亿元上升至169亿元,复合增长率为34.9%,2028年全球电子价签的市场规模将达到349亿元,2024年至2028年复合增长率为13.2%。

2)技术优势:以物联网无线通信协议为核心的技术创新优势

①无线通信技术优势
在无线通信技术方面,公司自主研发了广泛适用于各产品条线通信及数据传输的HiLPC协议,支持构建可动态伸缩、实时调度的多基站同步网络架构,实现抗干扰和吞吐能力强、并发量大、低功耗等优势。

公司电子价签通信同步网络融合多种智能算法与功能。通过算法识别信道干扰情况,同步网络可动态调整通信方式与可用信道,对多基站实施统一协同调度,显著提升密集场景下通信抗干扰能力与系统可靠性;电子价签通过检测自身以及基站网络信号变化,可快速精准地感知移动状态,实现精准定位;采用机器学习算法,通信调度系统可动态调整唤醒周期,在极大降低电池功耗的同时保证电子价签响应的实时性。

公司最新一代HiLPC协议可实现单门店承载数百台蜂窝网络基站设备,单基站每小时更新60,000片次电子价签设备,在并发量上达到行业先进水平。

②软件系统开发技术优势

在系统软件开发方面,公司基于HiLPC协议开发的电子价签管理与调度系统采用高可用负载均衡集群技术,可将密集区域电子价签均匀分散部署在周围数个基站,实现密集区域多基站同步更新,不仅充分加强了系统稳定性、可靠性,还大大提升电子价签响应与更新效率。

面对差异化的下游应用需求与不同系统之间的信息孤岛问题,公司还创新性开发了All-Star物联网数字化平台,通过灵活的模块化集成方式赋予零售客户快速建立物联网设备的管理能力,为客户提供从物联网设备管理到数字化运营的一站式解决方案,进一步提升数字化门店的运营效率。

③技术专利优势

公司针对现有核心技术中的技术要点、创新点进行专利申请、软件著作权登记,对核心技术进行知识产权保护。公司核心技术与公司发明专利、实用新型专利、软件著作权等研发成果相对应,具有较强的创新性。

公司不断加大研发投入和知识产权布局,报告期内各类技术研发成果快速增加。2020年初,公司取得的技术成果共63项,包括授权专利47项(含境内发明专利1项)、计算机软件著作权16项,截至报告期末,公司已取得的技术成果合计361项,包括授权专利316项(含境外发明专利48项,境内发明专利68项)、计算机软件著作权45项。随着公司持续研发投入,公司未来将取得更多技术成果。

公司目前已获得国家级高新技术企业与国家级专精特新“小巨人”企业认定。此外,公司为中国通信标准化协会、全国信息技术标准化技术委员会的会员机构,在行业内具备较强的技术话语权。公司作为主要单位参与了国家标准计划《物联网电子价签系统总体要求》的编写,该国家标准规定了电子价签系统的系统结构和总体技术要求,适用于电子价签系统的架构设计、各平台设计、系统部署。

2)研发团队优势:专业过硬、人员稳定且结构合理的研发团队

公司持续投入对研发创新能力的构建与提升,打造了一支专业过硬、人员稳定且结构合理的研发团队。截至报告期末,公司研发人员合计283人,员工占比达到31.76%,本科学历以上研发人员占比达到93.99%,该等研发人员职能覆盖通信协议设计、核心算法、嵌入式软件、系统软件、结构/平面设计、电路设计、SaaS运维、AI产品等方面。公司主要技术人员在无线通信协议、芯片设计与网络系统开发等方面具备多年研发积累;公司无线通信开发团队经历过2G时代至今通信协议与芯片行业完整变化周期,对通信协议标准以及芯片架构设计具备深刻理解和软件系统开发团队拥有多年在盛大网络、腾讯等互联网公司的从业经历,在高可用性网络集成系统与丰富开发经验。强大的研发团队为公司产品与技术创新奠定了深厚基础。

3)全球布局及行业地位优势:显著的全球业务布局与领先的行业排名

公司自2014年实施全球化战略至今,依靠突出的产品性能、交付效率和技术服务优势,在境外业务布局上取得了显著成就。公司全球化战略不仅仅以境外销售业务为重心,而是从研发与技术支持、售后服务以及供应链各方面全方位完成出海。

公司于2017年在法国设立欧洲子公司,并与零售巨头欧尚(Auchan)集团达成独家战略合作关系,此后又在德国设立子公司以辐射北欧与东欧市场,2019年,公司将欧洲总部与创新中心设在荷兰,大力推动产品技术研发、应用与服务本地化,旨在通过与本地客户进行联合创新,提升公司在当地市场的技术能力和服务水平;2021年至今,在已经具备一定市场规模的欧洲、亚太地区基础上,公司进一步拓展北美业务,并在2022年美国零售业联盟展上发布首款光能电子价签,完成绿色科技应用出海。

公司通过输出核心产品、技术与服务优势,全方位赋能

境外市场,并在积累经验后不断进行技术创新与产品优化,推动本土零售业数字化转型升级。2021年-2023年,公司收入从16.13亿元增长至37.75亿元,年均增幅52.99%,目前已成长为国内排名第一、全球排名前三的电子价签厂商。根据CINNO统计数据,2023年公司全球电子价签市场份额约28%,2021-2023年度公司电子价签收入规模亦在全球上市公司竞争对手中排名前三;根据CINNO统计数据,2023年度公司在国内电子价签市场占有率约62%,为中国电子价签行业的龙头。

4)客户资源优势:公司积累了丰富的全球战略客户资源
公司主营业务主要面向泛零售行业开展,具有应用场景丰富、技术产品迭代快以及市场需求变化迅速的特点。公司充分结合零售行业集中度与数字化渗透率等特征,制定了聚焦优质大客户的经营战略,旨在通过与全球零售大客户的深度合作,引领行业技术产品创新动向,在零售数字化进程中牢牢占据先发优势。

公司目前已经与Auchan、Ahold、Aldi、Woolworths、Leroy Merlin、Metcash、华润万家、多点集团等国内外零售头部企业形成战略合作关系,其中法国六大零售商超公司已正式服务Auchan、E.Leclerc、Système U和ITM四家,荷兰最大的日用零售商Ahold、德国最大的连锁零售超市Aldi、澳洲最大零售商超Woolworths、全球建筑装修零售龙头Leroy Merlin、全球食品与日用品零售巨头Metcash分别于2018年、2020年、2020年、2021年与2022年开始与公司合作。公司主要核心客户情况如下:

序号	公司名称	注册地址	境内/境外	行业地位	门店数量
中国					
1	多点集团	北京	境内	中国及亚洲最大的云解决方案数字零售服务商	覆盖门店数量突破15,000家,注册用户超过1.8亿
2	华润万家	广东深圳	境内	中国连锁超市龙头,2019销售额排名第一	超过3,000家
欧洲					
3	阿霍德·德海兹(Ahold)	荷兰	境外	世界领先的食品零售集团之一,德勤《2023全球零售力量》排名欧洲第三	本地门店超过7,000家
4	奥乐齐(Aldi)	德国	境外	世界食品零售龙头企业,德国最大的连锁超市,德勤《2023全球零售力量》排名欧洲第二	全球范围内6,700家门店
5	欧尚(Auchan)	法国	境外	法国头部零售集团,德勤《2023全球零售力量》排名法国前五	超过2,000家门店
6	ITM	法国	境外	法国第三大连锁超市,德勤《2023全球零售力量》排名法国第三	超过1,800家门店
7	Netto	德国	境外	德国廉价连锁超市龙头	超过4,000家门店
8	Nicolis	意大利	境外	意大利主要电子价签供应商	意大利经销商
9	Jumbo	荷兰	境外	荷兰第二大连锁超市	超过700家门店
10	Leroy Merlin	法国	境外	安达屋集团旗下企业,全球建筑装修零售龙头	在法国拥有超过140家门店,在西班牙拥有超过130家门店,全球范围内超过400家门店
11	Metcash	澳大利亚	境外	全球食品与日用品零售巨头,澳洲最大专业工具零售商	名下各品牌门店总数约6,500家
12	Intergamma	荷兰	境外	荷兰最大的DIY建材超市集团	接近400家门店
亚太地区(不包含中国)					
13	Woolworths	澳大利亚	境外	澳大利亚最大的食品零售商以及连锁超市,德勤《2023全球零售力量》排名澳大利亚第一	超过2,000家超市门店(包含旗下品牌)
14	Ishida	日本	境外	日本领先的零售运营解决方案及专业设备供应商	日本经销商
美国					
15	Hussmann	美国	境外	全球领先的食品零售领域显示及制冷设备智能解决方案供应商	美国经销商

注:上述门店数量来源于公开新闻、研究报告以及客户访谈确认。

由于零售行业数字化建设呈现自上而下、自总部向门店推动的特征,行业头部企业均为数字化转型的引领者并具备高确定性的数字化部署需求,因此与该等大客户深度绑定,使公司可以提前掌握下游对技术和产品的变动动向,基本锁定其未来增量业务机会;此外大型零售客户抗风险能力较强,有助于公司降低特定市场波动导致的不利影响,确保公司市场份额稳定增长。

经过长时间经验积累,公司已经形成了一整套完善高效的服务体系,能够快速响应、准确理解并积极落实大型集团客户的需求,深受各大客户认可,多次荣获欧尚、物美等大客户评选的最佳合作伙伴奖项。

5)产品迭代优势:公司不断加快产品迭代升级速度

依托于深厚的技术创新研发能力,公司不断加快产品的迭代升级速度,以满足下游客户日新月异的应用需求。公司自2013年以来,已经推出多个系列合计超过40款电子价签产品,系统软件迭代版本超过20次,此外公司还结合客户需求,在自助终端产品、巡检机器人及AI相机等智慧零售智能硬件上进行布局,搭建了完整的泛零售数字化解决方案。

公司将技术研发成果用于产品开发,在产品应用落地后又通过客户使用反馈来推动底层技术与产品的进一步创新,从而实现研发创新与产业融合的良好循环。相较于传统电子价签厂商,公司通过快速的产品迭代升级,不仅在功耗、通信效率、显示效果以及系统可靠性等硬件产品性能上构建了较深的护城河,更依托于全面的技术积累,实现了覆盖智能硬件、物联网系统、云服务的业务布局。