**证券代码：002153 证券简称：石基信息**

**北京中长石基信息技术股份有限公司**

**投资者关系活动记录表**

编号：2020-10

|  |  |
| --- | --- |
| **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 √其他中金公司2020下半年投资策略会-TMT |
| **参与单位名称及人员姓名** | 请见附件“石基信息：2020年5月26日电话会议参会人员名单”（共计137人） |
| **时间** | 2020年5月26日 |
| **地点** |  |
| **上市公司接待人员姓名** | 董秘、副总裁-罗芳；证券部-左美姣 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **一、公司基本情况、主要业务板块、近期情况简要介绍****1、基本情况**公司于1998年在北京成立，于2007年8月13日在深交所中小板挂牌上市。公司发展历程主要阶段：（1）1998~2001年，系统集成商；（2）2001~2003年，系统服务商；（3）2003年之后，软件供应商；（4）现阶段，公司正处于从软件供应商向应用服务平台运营商转型的过程中。目前公司主要为酒店、餐饮、零售、休闲娱乐等大消费行业客户提供整体信息化解决方案。**2、主要业务板块****酒店：**海外企业客户（最终用户）门店总数超6万家。国内剔除只使用Oracle代理软件的客户，使用石基自主软件的国内酒店客户总数依然超过13,000家，公司自主酒店软件在中国五星级酒店市场的占有率约60%（至少使用了一种石基自主酒店软件）。**餐饮：**国内餐饮用户约20万家，其中中高端、连锁餐饮用户数量已超过1万家，在整个餐饮信息化市场处于相对领先水平，旗下拥有餐饮信息管理系统品牌包括“Infrasys”、“正品”（开展中高端、连锁餐饮行业的信息系统业务）、“思迅”（开展标准化餐饮信息系统业务，其客户1/3是餐饮客户，2/3是零售客户）等；**零售**：国内客户总量约60万家，在中国规模化零售业信息管理系统市场的客户占有率为60%-70%，主要由控股子公司富基、长益科技、上海时运、广州合光以及参股子公司科传控股开展规模化零售信息系统业务，控股子公司思迅软件开展标准化零售信息系统业务，控股子公司海信智能商用主要从事自主智能商用设备业务，同时也从事零售业信息系统业务。**休闲娱乐**：石基控股子公司银科环企致力于为大型主题公园、景区旅游小镇等复合型业态文化旅游目的地提供整体信息化管理解决方案，在中国大型主题公园和集团化大型旅游目的地项目市场居领先地位。**3、公司战略**重点围绕平台化和国际化两个方向开展。**（1）平台化**平台化业务目前包括预定和支付两个平台，目前发展态势良好。**预定平台：**畅联将外部各种渠道的预定信息系统和酒店内的信息管理系统打通，依托直连技术，实现即时信息交互，目前连接的国内外渠道超过150个。畅联与阿里旗下的飞猪进行了战略合作，在直连基础上为C端消费者提供更多更好的服务，比如信用住、会员服务平台接入、账单扫码支付、离店前开发票等一系列增殖服务，按照交易金额的一定比例获得收入。目前，畅联顺应石基集团全球化战略，继续推进直连技术解决方案在全球酒店分销、直销行业中的推广和应用，2019年畅联有效直连产量超过948万间夜，比上年同期产量同比增长38.8%。**支付平台**：利用一体化直连技术连接客户信息系统和各种支付中心的系统，包括银行、各种第三方支付机构（支付宝、微信）。①传统支付系统业务是将一体化支付软件出售给银行，按照软件费、硬件费、维护费的传统方式向银行收费；②公司与第三方支付的合作，是按照交易金额的一定比例获得收入，费用直接向第三方支付机构收取。支付业务流量继续保持快速增长态势，公司客户与支付宝和微信直连的支付业务2019年1-12月交易总金额超过1600亿元人民币，与去年同期流量相比增长约45%。**（2）国际化**未来下一代信息系统必然是基于公有云的信息系统已经成为行业共识，高端市场的酒店信息系统正处在加速向下一代云化系统变迁的过程中，这给予了石基国际化的可能。目前石基已在共计超过20个核心城市开设了石基的办公室并正式开展业务，基本完成了石基的全球化研发、销售和服务网络的建设，境外国际化业务团队人数超过1000人。石基的云化分为三个层级，首先是投资一系列提供酒店和酒店集团之上的基于大数据的应用服务的标的公司，例如声誉管理、客户需求管理等；第二个层级为酒店餐饮管理系统、后台系统等原来与集团系统连接不紧密的系统全面转向公有云，公司的云餐饮管理系统“INFRASYS CLOUD”已经取得了里程碑式进展，已经成功成为洲际、凯悦、半岛、九龙仓、千禧、泛太平洋、万达、长隆、红树林、澳门四大赌场酒店集团、香港文华东方等超过十个知名酒店集团的标准，并在这些集团中不断拓展上线，截至2019年末，云POS产品累计上线总客户数达1455家酒店及餐厅。最后是酒店的客房管理系统全面转向公有云，新一代云架构的企业级酒店信息管理系统已经在欧洲中小酒店上线，目前尚待行业标杆型客户认可。石基从2016年开始加速国际化，较早并坚定不移的投入研发下一代酒店信息管理系统，且长期专注酒店信息系统行业，非常了解顶级国际酒店集团的需求，此外公司有信心进行国际化的关键最根本在于对酒店行业的前瞻性判断力和洞察力，公司过去成功发展的每一步都是基于对酒店行业未来发展的前瞻性判断比竞争对手更早而实现的。石基提前在海外布局，投资收购了酒店下一代信息系统周边的行业领先的子产品，积累了很多原生的云服务的数据，防止了竞争对手后发优势，整体技术的先进性和解决方案的完整性也是公司的竞争优势之一。因此公司有望在技术和产品架构上领先于全球竞争对手。2019年度，公司SAAS业务不计私有云和HOST（托管）方式的软件收入实现可重复订阅费（ARR）26,213.17万元，相比2018年度ARR 18,520.73 万元增长41.5%。 **二、问答环节****1、公司未来主要增长点？** 石基未来发展重点：平台化+国际化。增长主要来自客户的拓容，公司过去的酒店信息系统业务主要来自中国市场，中国的高星级酒店市场中国际连锁酒店集团占主导地位，但中国的高星级酒店市场在全球占比非常小；酒店信息系统的云化会使得一个国际酒店集团在全球范围的某一个子系统上最终趋向只会选用一套系统，从技术角度来讲会强化这种趋势，因此云化最终结果必然是国际化，会使得居主导地位的酒店软件供应商的市占率更高；并且随着信息系统每一代的变迁，目标客户群会下沉，遍及更多的用户群。如果国际化能够成功，将为公司打开广大的国际市场。如果公司下一代云化的酒店信息系统的市占率到达一定程度，除了为客户提供信息系统本身，还可以提供许多平台型外延服务。平台化与信息系统的云化也密切相关。**2、如何看待OTA推酒店软件？** 低端市场来看，本身酒店软件费用较低，客户粘性差，更关键的是存在天然中立性问题，OTA希望使用其酒店软件的酒店去使用他的预定渠道，但酒店不可能把自己的预定只放在一个预定渠道上。信息系统与酒店运营密切相关，对于高端酒店市场，酒店软件专业性强，酒店不可能只因为成本考虑去更换其信息系统。**3、公司Cambridge在国内推广进度是怎样？** Cambridge面向中国高端酒店市场但倾向于国际化管理运营模式的酒店，针对纯国际化高端酒店集团石基主打的是新一代云架构的企业级酒店信息管理系统。目前Cambridge 上线酒店体量还比较小。 **4、零售的云系统研发情况，以及与阿里在新零售方面合作情况？** 目前，公司与阿里的合作在不断的尝试中，阿里的新零售商业模式一直在做创新和调整，不断变化。线上线下打通的原理是不会错的，前提是线下信息系统一定要真正进入到云时代。零售信息系统的云化石基也一直在做，现阶段属于过渡期的云产品，零售信息系统最终的云化将晚于酒店行业。**5、传统酒店信息系统与云化酒店信息系统收费模式的区别?**传统酒店软件业务按照软件费和维护费收取。SAAS型业务主要是按月度订阅费方式来收取，没有维护费。**6、中美关系对公司的影响？** 目前只有在美国投资，有可能会依据美国现行的《外国投资风险审查现代化法案》来触发CFIUS审核。未来中长期的影响，没有办法准确预判，全球的酒店本身是私有的，国际酒店集团本身物业分布就是全球化的，公司提供的是To Business的企业软件服务，纯商业化客户使用的运营软件由于来自某个国家而被管制的可能性不大，石基会全力推进国际化进程。 **7、2019年度，SAAS业务平均续费率超过90%，续费率统计口径，按照金额来计算的还是按照客户数量？**按照客户数量来计算的。**8、云化系统下，酒店只选择一个厂商的云PMS的诉求？**云化的好处主要体现在数据的汇聚和流动、瞬时直连、协同性以及交易便捷性。最根本好处在于数据（同行业甚至是跨行业的数据）的汇聚和流动更高效，提供智能化决策支撑，我们的新一代云架构的酒店信息系统天然是针对酒店集团的企业级信息管理平台，这从技术上使得一个国际酒店集团在全球范围的某一个子系统上最终趋向于只选用一套系统。**9、疫情对酒店行业影响很大，公司如何促使客户去采购？**需要等疫情恢复。疫情期间公司重视产品研发，以及对国内员工进行国际化产品相关培训。目前国内市场逐步在恢复中，疫情延缓客户的需求，但疫情结束后，反而会促使客户选择云化产品。**10、疫情期间有没有针对性的产品出来？**实际上做了很多应用，外卖、员工复工管理等，但对财务收入影响很小。 |
| **附件清单（如有）** | 石基信息：2020年5月26日电话会议参会人员名单 |