**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：2020-11

|  |  |
| --- | --- |
| **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 √其他申万宏源线上策略会+电话会议调研 |
| **参与单位名称及人员姓名** | 南华基金-衡攀宇；汇丰晋信基金-陆迪；渤海证券-伊晓奕；青沣资产-施柏均；上海坤阳资产-熊兴华；拾贝投资-杨立；海通创新证券-林中杰；相生资产-张涛；上海久事投资-王江；衍航投资-庞兴华；合众资产-刘洵；人保养老-李金阳；爱建证券-潘永杰；中天证券-刘大海；中航基金-齐求实；国寿资产-郭晓远；兵工财务公司-李飞；汇丰晋信基金-李凡；南方基金-郭东谋；海通资管-郭新宇；朱雀基金-唐铭延；财通证券-郭琦；中泰证券-韩甲；伏明资产-罗垲霖；Sylebra-魏然；富邦投信-許瑞祐；Tiger Global- Yangrui Lin；Highclere- William Balfour。 |
| **时间** | 2020年6月5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、公司与Oracle重大合同到期后不再续签，这部分收入占比有多少？ 以及对公司的影响？**根据 2019年度发生的 Oracle 代理业务收入估算，合同到期将影响 2020年公司 ORACLE 代理业务收入下降大约 3 亿人民币，影响 2020 年公司净利润下降不超过 1亿人民币，但由于公司拥有替代 ORACLE 代理产品的酒店信息系统自主产品，会对代理业务产生一定补充和替代作用，同时海外业务的快速增长也将对代理业务产生的影响起到弥补作用。**2、高端国际酒店是集团总部直接采购信息系统？** 针对下一代酒店信息系统的采购，比如核心的客房管理信息系统、云POS是国际酒店集团品牌方总部直接选择。 **3、原来石基代理oracle的产品，同时也向酒店客户销售石基自己的产品，与oracle合同到期后，是否会影响客户对石基原有产品的选择？** 传统酒店信息系统有十几个子系统，过去石基只是代理了其中的几个核心模块，其他子系统都做到了国内行业第一，石基酒店信息管理系统不同模块之间会有协同效应，正是基于公司构建了一套非常完整的整体解决方案，才使得过去公司在五星级酒店信息系统市场中达到90%以上的市占率。从更长期来讲，如果下一代核心的酒店信息系统没有占据优势地位，当然辅助模块的优势地位会逐渐下降。石基国际化正处于0-1的过程中，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。**4、国内经济连锁酒店品牌也正在向中高端发展，公司怎样看待经济连锁酒店IT市场业务？**酒店业务领域，石基的客户是星级、连锁酒店，高星级酒店使用的软件与和经济连锁酒店有显著不同，特别低端的客栈市场也不是石基的目标客户。经济连锁酒店市场是以自己的IT团队为主。经济连锁酒店虽然数量很多，但品牌影响力不够，管理不会那么专业，并不需要高星级酒店那么复杂和专业的管理软件。真正发展成为高端酒店集团，信息系统更趋向于第三方专业化管理软件，真正要研发石基这样的酒店云化信息系统，研发投入也是要像石基一样大的，单独给一个酒店集团是不划算的，且必须要持续投入人力和资源。随着酒店连锁化运营的加深，酒店的档次提高，需要更复杂、专业的系统，这都有利于公司的竞争性优势的发挥。**5、餐饮业务板块的潜力？**目前中国餐饮行业处于高度无序化竞争的状态，还没有形成规模化和趋势，不太可能通过简单的并购实现产业的整合，公司传统的餐饮业务会随着行业发展而发展，顺势而为。**6、石基的云化酒店信息系统收费方式？**SAAS型业务主要是按月度订阅费方式来收取，没有维护费。**7、疫情影响？**公司酒店、餐饮、零售客户营业受疫情影响严重，目前国内市场逐步在恢复中，海外的预计影响时间会比较长。从疫情短期来看，对公司国际化产品落地会有所帮助，与竞争对手不同的是，石基核心的企业级客房管理系统已经在欧洲中小酒店上线，疫情结束后，会促使客户选择云化产品。**8、如果石基的云系统成功了，会不会因为美国对中国软件企业限制提升，而导致云化系统在美国使用竞争对手的产品，在其他地区使用石基产品？**现有政策下，没有这样的法律限制，仅是对在美国进行投资触发CFIUS审核的企业有限制。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。1. **关于美团等互联网公司来做酒店、餐饮信息系统软件，如何看待竞争力？**

从国际酒店来看，是不可能的，经营比较吃力的酒店会考虑免费的信息系统。从专业的角度来看，都尝试过，包括海外的booking都做过酒店、餐饮信息系统，事实上，最终都以失败告终。石基与这些平台或渠道运营商应该不会是竞争关系而应该是合作关系。**10、公司过去收购做的比较多，今年的商誉减值的风险？**商誉减值是近年来监管、审计的重点，石基一直是同行业并购，基于战略层面来做的，相互间存在协同效应。整体上来看，将来有整合效应的发挥。大的风险目前来看还好，具体的减值情况需要关注未来信息披露。**11、云PMS产品是否标准化？**基本标准化。**12、并购海信的原因？**希望给客户有自主品牌的硬件产品，海信智能商用是中国POS机等品牌领导者，与石基软件存在高度协同效应。 |
| **附件清单（如有）** |  |