

证券代码：002279

证券简称：久其软件

北京久其软件股份有限公司投资者关系活动记录表

编号： JQRJ2017-006

| | | |
|--------------------|--|--|
| 投资者关系活动类别 | <input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 | <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 民生证券股份有限公司 中信建投证券股份有限公司 中信证券股份有限公司 上海允程资产管理有限公司 博时基金管理有限公司 国金基金管理有限公司 北京天相创业投资管理顾问有限公司 平安大华基金管理有限公司 长城证券股份有限公司 北京首泰投资有限公司 | 杨思睿、孙业亮 吴笑东 于经纬 李 英 高 新 王宝廷 林义将 曾卓格 张新文 吴凡灿 |
| 时间 | 2017年10月27日 20:00-21:00 | |
| 地点 | 电话会议方式 | |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事长 董事、华夏电通董事长 董事、亿起联董事长 董事、财务总监 董事会秘书 投资者关系经理 | 赵福君 栗 军 王 新 邱安超 王海霞 邱 晶 |

| | |
|---------------------------|---|
| <p>投资者关系活动 主要内容介绍</p> | <p>一、公司董秘阐述公司前三季度经营业绩情况、业务进展以及对全年的经营业绩预期。</p> <p>今年前三季度公司实现营业收入 10.55 亿，同比增幅 42%。归属于上市公司股东的净利润 1.45 亿，同比增幅 91%。前三季度的利润增幅比较大，主要源于三方面的原因：一是上海移通并表，二是瑞意恒动的合并期增加，三是公司其他业务内生增长带动。</p> <p>久其现在的业务主要为两大板块：管理软件板块与数字传播的板块，其中管理软件具有季节性的特征。今年恰逢久其成立二十周年，公司提出了“做业内领先的、聚焦 B2B2C 的大数据综合服务商”的战略目标。围绕这一目标，公司在电子政务方面重点围绕财税、交通、司法、统计、民生、教育等领域加强资产管理、政府统计、财务管理、财政部门决算、数字法庭、智慧法院等一系列产品和解决方案的实施与推广，同时进一步强化大数据技术在政府各部门的深入应用。前三季度电子政务业务实现收入 3.05 亿，与去年同期基本持平。</p> <p>在集团管控方面，公司坚持聚焦行业的市场拓展策略，在运营模式上进行创新。报告期内与中铁建合资成立了控股子公司久其金建，在建筑施工领域打造标杆项目。此外，公司财务共享产品在军工等领域也有突破，前三季度集团管控业务实现收入近 9000 万。由于今年是十三五开局之年，部分项目启动较晚，较上一期集团管控的收入略有下降。</p> <p>数字传播方面，公司上半年发起设立久其数字传播，融合了亿起联科技和瑞意恒动的资源优势，以及久其智通的大数据积累，旨在打造“以大数据为驱动”的久其数字传播品牌。久其数字传播将整合移动营销、品牌出海营销、社会化营销、大数据分析等业务为一体，以“大数据+营销”双轮驱动的业务模式，为品牌客户提供自动化、数据化、全球化、</p> |
|---------------------------|---|

全渠道的一站式数字传播服务。公司今年初收购了上海移通51%股权，上海移通是国内领先的专业移动应用信息解决方案提供商，其加入进一步丰富了公司数字营销板块布局，同时在市场资源方面与公司实现互补。前三季度数字传播业务实现收入6.3亿，同比增幅94%。

四季度公司会继续围绕管理软件和数字传播业务，由于季节性因素，公司管理软件业务将进入项目的验收结项收款期。公司预计2017年度归属于上市公司股东的净利润变动区间为3亿-3.6亿，同比变动幅度37.23%-64.68%。

二、问答交流

1、公司提出了“做业内领先的、聚焦B2B2C的大数据综合服务商”的战略目标，并为此积极整合数字传播板块业务，请问该板块现在整体发展推进状况如何？

答：公司自2013年实施战略升级，收购亿起联科技进入移动营销领域，去年又收购了瑞意恒动，切入了社会化营销领域。今年上半年设立全资子公司久其数字传播，意在整合公司数字传播领域的客户资源、媒介资源、业务资源、技术资源以及数据资源等，并依托久其原有的政府、大型企业等优质客户优势和久其大数据平台优势，打造有久其特色的、差异化营销方案。同时，今年开始引进行业高端人才，为客户提供全球化、全渠道、一站式解决方案，增强公司在品牌客户的竞争力。公司今年成功与北汽集团、首汽集团、吉利汽车、贵州茅台等品牌客户建立了合作，为公司数字传播板块布局奠定了坚实基础。

久其聚焦数据二十年，拥有完整自主知识产权的技术平台与产品体系，与60余个政府部门、近百家中央企业集团和数十家大型民营企业集团建立了长期合作关系。久其大数据产品已在国务院扶贫办、教育部、国家统计局、人民日报、

交通部、国家外汇管理局和中国建材联合会等多家政府、协会、媒体及企事业单位等重量级客户成功应用。

未来，久其将继续与行业内外生态伙伴一起，利用大数据技术和产品方案为各级政府、各类企事业单位服务，以信息化、网络化、智能化为目标，通过帮助政企客户实现治理体系和治理能力现代化的同时，为社会及个体服务，成为国内领先的、聚焦 B2B2C 的大数据综合信息服务提供商。

2、公司在财政、交通领域业务进展如何？

答：财政部和交通部都是久其耕耘较深的行业客户，公司一直为财政部提供信息化服务，包括部门决算、报表、资产管理、财政大数据等业务。公司 16 年 11 月中标了财政部资产管理的三期，12 月份中标了财政部的统一报表，均为全国推广的项目。统一报表在等待实施方案的审核及确定，资产管理三期即将开始启动试运行。

交通领域业务是公司在不断拓展、深化中形成的，公司在十二五规划期间切入了交通统计、交通信用、交通应急、公众出行四大工程项目。今年，公司积极探索交通部“十三五”信息化规划，在继续拓展交通四大项目以及财务管理、资产管理、决策分析平台等成熟业务的基础上，将重点布局交通数据中心、交通行政执法平台等业务。公司今年中标民航局 2017 年财务管理系统，交通部信息中心 2017 年财务审计系统、交通部 2017 年综合交通运输统计系统。这三个项目规模都较大，单合同金额均超过千万。

3、简单介绍下公司司法领域业务以及市场开拓情况？

答：公司 15 年收购华夏电通时，司法领域主要业务是科技法庭，目前发展主线是从科技法庭到智慧法庭到智慧法院到智慧司法。在科技法庭时期，主要是围绕声音、图像、音频、视频的处理，包括信号的采集、编码、存储等一些技

术，解决的问题主要是庭审记录，以及庭审直播等。在这个领域，经过几年的耕耘，占有 50%以上的市场份额。

过去一年中，公司专注从科技法庭到智慧法庭的转型和布局。二者的区别主要是以下几个方面。第一，人工智能技术应用，主要的技术有图像识别、语音识别、自然语言处理。语音识别，主要解决书记员的笔录问题，减轻压力。图像识别，通过对开庭图像信息的分析，帮助法官解决开庭中的不规范行为。自然语言处理，通过庭审中角色的证据和情况，结合法律和判例，可以帮助法官直接生成判决文书。下一步，我们计划打造司法服务的云平台，服务更多的诉讼当事人。

久其与华夏电通完成重组后，双方融合成效显著，久其对华夏电通技术和产品发展有很大推动作用，目前司法云平台的建设中，运用了久其底层平台的相关技术，进一步提升了方案升级效率。

4、科技法庭产品目前开拓了哪些地域市场？

目前产品覆盖二十多个省份，从具体法院的数量来讲，全国一共三千五百多家法院，产品用户覆盖率达到一半以上。今年，从用户角度出发，公司以省为单位做市场推广布局，比如山西、辽宁和四川，公司均参与了省级范围内智慧法院建设部署会议。随着依法治国战略的进一步实施，各法院对于智慧法院下一步的建设应用需求会越来越多。因此下一阶段业务布局主要体现在几个方面：首先，为法官工作提供简化、优化、提速，比如法律文书的自动生成，这是已经落地并将继续推广的。其次，除了帮助法律文书生成以外，公司帮助法官围绕开庭生成开庭纲要，纲要是结合人工智能技术和法院业务，基于审判流程、通过智能阅卷分析，形成的开庭要素集合。

5、扣除上海移通影响后，公司三季度利润如何？

答：若将上海移通因素进行还原，第三季度扣非后归属

于上市公司的净利润与去年同期相比略有下滑,主要有几方面因素,一是公司管理软件业务季节性较强,且部分项目启动延滞;二是公司于今年6月份公开发行人可转换债券,第三季度计提了大概1000多万的财务费用。从全年业绩预测情况看,还原并表上海移通和瑞意恒动的因素,公司净利润的增幅大概为15%-35%。

6、公司数字传播的业务和市场情况如何?

答:今年数字传播刚刚成立,目前正在进行资源的协同和整合,也在重塑大数据、营销、客户等资源的对接。目前已经在筹备建设自有广告流量平台,程序化购买平台、渠道代理平台、以及自媒体平台等。今年前三季度业务增长更多在于内生,下一步将加快战略布局,促进上下游相关产业链资源的逐步打通,提升数字传播整体竞争优势,达到1+1>2的效果。经过近半年的协同和推进,数字传播层面已开始释放潜能。

目前从数字营销市场环境来看,主要有两个变化:第一,上流媒体的头部资源,相对集中度越来越高,比如现在头部资源BAT、今日头条获取流量较多,行业竞争比较激烈,营销大数据、AR人工智能驱动因素也在成为新的渠道和工具;第二,拥有营销技术沉淀的公司具备后续的先发优势。亿起联今年根据客户类型进行了业务调整,包括工具类、游戏类、电商类业务的优化,同时紧抓国家媒体,包括人民网、旅游局业务,品牌企业出海业务,从国内、海外两个维度上进行了梳理。梳理业务逻辑同时也在不断优化成本结构,加强研发投入的精准度,主要从几个方面开展:第一,亿起联国内业务主要是app的推广,为快速应对围绕苹果生态的不断调整,亿起联在业内率先提出AMO(apple marketing operation)系统,为客户提供全面苹果优化全案解决服务,并通过大数据营销能力持续构建深耕IOS业务,取得良好效

果。第二，点入魔方通过整合，达到了营销推广规模的提升，业务质量获得了突破，以九月份为例，当月流水突破 2000 万。第三，面对海外业务中行业出海的变化，积极推进业务战略转型，结合公司整体客户资源，大力发展基于大数据产品为核心的业务，在大型国企出海项目中，比如贵州茅台、湖南、厦门旅游局等政企出海方面取得了一定成绩。今年前三季度亿起联实现利润 5109 万元，同比增幅 46%。

7、公司布局互金板块目的在哪儿，现状如何？

答：公司布局互联网金融板块的初衷，一方面希望发挥久其自身的资源和优势，另一方面要跟上互联网+的发展形势。公司互联网金融主要做两方面业务，一是围绕央企上下游企业提供供应链金融服务；二是 B2B2C 模式的员工贷业务。久其布局互联网金融，实际是对公司目前客户资源的服务共享，风控体系会更加健全和严谨。随着互联网金融监管趋严，对整个板块持续健康发展是非常有益的。公司前三季度互联网金融板块已实现盈利。

8、公司明年预期如何，三季报成本增长较快的原因？

答：目前管理软件和数字传播业务整体健康，能够保证持续的发展。数字传播可能会受制于市场竞争的影响，发生产品形态和业务方面变化，但整体来说市场空间仍旧看好。成本对比收入增长较快主要是因为上海移通收入成本结构与原有业务不太相同，所以主要是合并上海移通导致的。管理软件业务因为核算的因素，发生的成本主要是外采的集成项目采购，偶发性强，有外采就会导致成本增加，没有就会成本低，所以管理软件毛利率高达 80%-90%。但是互联网业务有大量外采，无论是广告媒体投放还是短信采买都会导致高成本，所以毛利大概 30%-50%。随着业务结构的成熟，未来会趋于稳定。

| | |
|----------|---------------------------|
| | 本次投资者关系活动中没有发生未公开重大信息的泄密。 |
| 附件清单(如有) | 无 |
| 日期 | 2017年10月27日 |