

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：2021-07

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>电话+现场</u>
参与单位名称及人员姓名	建信养老-陶静；平安资产-曹欣；东方资管-张明宇；南方基金-李锦文；华泰保险-晏英；鹏华基金-董威；易方达基金-何一铖；易川投资-冯强；国信投资-韩华、吴界强、沈玉璋；高观投资-王小溪。
时间	2021年3月23日
地点	北京市石景山区玉泉路59号院2号楼燕保大厦6层 石基信息
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	<p>1、公司国内酒店信息系统云化是怎么考虑的？</p> <p>国内针对不同等级的酒店客户，公司有不同的云产品。</p> <p>国内云化高端酒店信息系统市场业务和海外实际上是一盘棋，原因在于中国高星级酒店中国际酒店集团占绝对主导地位。针对国际酒店集团客户石基历经5年研发出了全新一代的基于公有云架构的石基企业平台SEP，目前SEP已经成功推出在欧洲几家小型的酒店集团上线并且取得了良好的反馈，在2020年9月公司和全球知名奢侈酒店品牌半岛达成全面替换现有PMS/CRS</p>

系统的协议，随着半岛集团酒店的上线将使其有望成为公司首个行业标杆客户。最终决定下一代酒店信息技术变革方向的一定是国际连锁酒店集团，所以公司目前的重点在于与这类标杆客户签约，产品上线策略上选择疫情恢复较好的地区先开始，比如中国。

面对国内高星级又倾向国际化运营管理模式的国内高端酒店品牌，石基推广的云产品有 Cambridge。目前这部分业务体量还比较小。

对于国内纯本地化的酒店客户，国内的子公司杭州西软、千里马也早已推出了自己的云产品。以单体酒店数量最多的全资子公司杭州西软为例，近两年有一半以上新增客户选择了西软云 PMS 产品 XMS。

2、石基云产品跟友商相比，进展如何？

针对酒店最为核心的云 PMS 系统，我们了解到的，有些国际酒店集团也包括总部在美国的酒店集团，在招投标中，都选择了很多软件厂商进行比较，最终反馈是认可石基的云产品是革命性的、真正下一代的系统。目前没有看到与石基有同类型的云产品。并且石基 SEP 产品已经与半岛酒店集团签约，半岛酒店对其信息系统要求非常高，基本上产品和技术能够满足半岛酒店的需求，也能够满足其他国际酒店集团。

酒店信息系统辅助模块最核心的是酒店餐饮信息系统，公司新一代云餐饮管理系统 Infrasys Cloud 已经成功成为洲际、凯悦、半岛等超过十个知名酒店集团的标准，并不断拓展上线。

公司在酒店信息系统其他辅助模块方面也在海外早有布局，石基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，比如收购了客户声誉管理和分析系统 Review Pro、酒店高尔夫及 SPA 信息系统 CONCEPT、酒店视觉内容发布管理平台 ICE Portal 等公司。这些子系统集成在

一起，就会使得云系统发挥出比传统系统更强大的威力，同时也防止了竞争对手后发优势。石基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。

3、石基 SaaS 收入有多少？

石基没有单独拆分统计 SaaS 收入数据，为了帮助投资者更好的了解这部分业务进展情况，有以下两个指标可以参考。

(1) ARR /MRR。这个指标不是当期财务口径的收入指标，指的是合同额。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，2020 年 6 月，公司 SAAS 业务实现月度可重复订阅费（MRR）2,211.37 万元人民币，相比 2019 年 6 月 MRR 1,981.09 万元增长 11.62%。

(2) 中国大陆地区以外的国家和地区收入。海外业务基本以 SAAS 业务为主，2019 年中国大陆地区以外的国家和地区的收入有 4.2 亿元。

4、石基与友商竞争依靠的是什么？和价格有没有关系？

公司的新一代酒店信息系统产品不是依靠低价取胜，最根本在于技术和架构领先友商产品，因此价格也高于友商。我们的产品会有一个公开的报价，在公开报价的基础上客户对功能选项进行选择会有一定的价格调整。对于不同客户的需求，包括 full service 和 selective service 不同的选项，对应的价格也是不同的。

5、阿里两次投资石基，其中的逻辑是什么？以及公司与阿里在业务上是否有合作？

阿里对石基的两次投资都是战略投资。公司与阿里的合作是基于双方线上线下的优势高度互补。目前公司与阿里的合作是酒店、餐饮、零售、支付全领域的合作，总体来讲是石基利用自身在线下高端市场积累的优势地位和丰富的客户资源，通过直连技

术，打通线上线下的系统，石基作为直连技术提供商的角色。

阿里最初投资上市公司时，公司还没有零售业务板块，当时合作起步于酒店业务领域，公司于 2014 年 3 月与阿里巴巴签署战略合作协议后，于 2014 年 9 月份与淘宝（中国）软件有限公司签署了股权认购协议。双方在酒店信息系统领域首先进行了深度合作，石基的角色为直连技术的提供商。石基将酒店信息管理系统和阿里旅行的管理系统进行对接，具体包括酒店系统直连、信用住产品开发、会员服务平台接入、账单扫码支付等四个领域，便于石基信息的酒店客户更好地开展电子商务业务。双方希望可以减少消费者与酒店之间的中间环节，同时提高消费者的消费体验，比如信用住可以凭信用住酒店，无需押金，可快速入住和离店。随着未来酒店从 1.0 到 3.0 的演进，公司也开发了“未来酒店 3.0”的功能，不仅实现订单直连，增值服务还主要包括自助选房、自助入住、离店前提前开发票以及扫脸入住等功能。目前石基与阿里在酒店业务的合作还在深入进行中。

在餐饮领域石基已经打通了现有餐饮软件与阿里相关平台的接口，成功地为社会餐厅及酒店集团用户开通了从餐位预订、预点菜、扫桌台码点菜、电子账单推送、在线支付、外卖以及会员注册、会员积分、消费券管理以及电子发票等功能的 O2O 业务闭环，提升了餐厅的营销能力，降低了餐厅运营成本。

在零售和支付业务领域，公司也与阿里相关平台进行了广泛的直连合作。在 2018 年上半年，阿里旗下的阿里投资入股了公司石基零售 38% 股权，旨在双方在新零售领域开展战略合作。零售板块目前仍在对规模化零售子公司进一步整合，已经成立了石基新零售业务委员会，具体与阿里的新零售业务合作包括盒马鲜生、淘鲜达、智慧门店等项目上的合作。

6、阿里有没有涉及到石基在战略上或者业务上的决策？

没有干涉，阿里拥有一个董事会席位，战略或者业务都是石

	<p>基自己的管理层做的决策，阿里也比较支持石基业务发展。</p> <p>7、美团投了别样红，华住酒店信息系统也在往高端走，公司如何看待美图与华住的竞争？</p> <p>美团的业务模式和石基是完全不同的。目前是合作关系，石基从事的是星级酒店信息系统市场业务，高星级酒店与经济连锁酒店、客栈的信息系统在复杂性、专业程度区别非常大。在线电商、OTA 与石基走的路径不一样，他们目的也不是单纯做软件，而是靠平台流量。</p> <p>目前中国经济连锁酒店市场是以自己的 IT 团队为主，比如华住。经济连锁酒店虽然数量比较多，但并不需要高星级酒店那么复杂和专业的管理软件，如果做高端酒店客户，高端酒店信息系统行业经验是很强的壁垒。</p> <p>另外随着行业酒店管理和品牌越来越专业化和规模化，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。</p> <p>8、公司老板股权是否有质押？以及老板除了石基这块业务是否还有其他的生意？</p> <p>石基自 2007 年上市，公司创始人兼董事长李仲初先生没有做过减持和质押石基股票。除了石基上市公司这块业务，无其他生意。</p>
附件清单（如有）	无

