

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：2021-15

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>线上调研活动</u>
参与单位名称及人员姓名	Arisaig Partners-Zhen Jiang; BeaconLight-Felicity Wang; China AMC HK-nora li; Dapu Asset-Cong Liu; Dapu fund-Cong Liu; Fidelity-Sherry Zhang; FMR-Peifang Sun; FMR-Ivan Xie; Goldman Sachs-Xuan Zhang; Goldman Sachs-Cary Ruan; Harvest Fund Management-Zhen LI; hel ved-charliie chai; J O Hambro Capital Management-Cho Yu Kooi; Jerihco-alex liu; LCM Partners-Kevin Wu; Milestone Capital-Min Yin; Millennium-Sam Li; NPS-Sangduck Choi; Power Pacific-Henry Luo; Sculptor Capital-Christina Ye; Teng Yue Partners-Charlie Shi; Teng Yue Partners-shan Yang; Tiger Pacific-Harry Shen; Visioneasset-Chen Ling; Wellington-Terry Chen; Yiheng Capital-Ethan Xie; Yiheng Capital-Kaiyuan Wang
时间	2021年7月8日
地点	线上调研活动
上市公司接待人员姓名	董秘、副总裁—罗芳；证券部—韩倩
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司业务介绍

石基信息 1998 年在北京成立，目前经历了 4 个发展阶段，1998 年至 2001 年为系统集成商，2001 年至 2003 年为系统服务商，2003 年至 2016 年公司进入软件供应商阶段。2016 年开始积极启动国际化转型，目前正在积极的从软件供应商向数据驱动的大消费行业应用服务平台运营商转型。公司目前的业务领域包括了酒店、餐饮、零售、休闲娱乐行业，为这四个行业提供信息系统整体解决方案，最终致力于打造一个跨行业的服务平台。公司的子公司总数超过 80 个，员工总数超过 5000 人，使用石基各种信息系统的客户的年度营业额超过 5 万亿人民币，是中国线下商户流水最大的软件供应商。

在酒店行业，酒店是公司最早开始深耕的领域，从中国市场开始做起，在中国市场有比较广泛的基础。在中国大陆地区，酒店的用户总数超过 13,000 个，主要以星级酒店为主。按照至少使用了石基一种自主酒店软件来计算，在五星级酒店的市场占有率大概在 60% 左右。

在餐饮行业，在中国我们大约有 20 万个客户，其中中高端连锁客户有 1 万家以上，在中高端连锁餐饮市场占优势地位。

在零售行业，零售主要业态有百货、商超、Shopping Mall、专营专卖等，用户总数大概有 60 万家门店，在国内零售连锁百强客户中市占率在 50% 以上。

回到酒店信息系统，公司根据自身对行业未来发展的前瞻性判断以及对未来酒店业信息技术变革的敏锐察觉，确定数字化及云化转型是酒店行业未来大势所趋，在 5 年之前开始加速国际化转型的步伐，目前在海外搭建了覆盖全球的主要四大区域，除了大中华区以外，在亚太、欧洲、美洲这三大区域建立了 20 多个子公司，基本上已经建成能够服务于全球的研发、销售、服务的网络体系。

公司首先推出的云系统是酒店的餐饮子系统云 POS，目前已经有超过 10 个知名的酒店集团宣布使用石基的云 POS 作为他们的全球标准。截至 2020 年底，全球影响力前五大的国际酒店集团里已经有三家宣布石基作为他们的全球标准，另外两家也在谈判和测试中。产品可以快速得到头部客户的广泛认同，主要是因为从产品的技术和架构来看，目前市场上没有看到类似的产品，依靠技术架构的绝对领先，使得这些行业头部客户都纷纷开始决定选择石基的餐饮云系统。

随后推出的就是最为核心的云 PMS，我们称之为 SEP (Shiji Enterprise platform，即石基企业平台)。SEP 先是在欧洲上线了 10 个酒店。2020 年 9 月签约了第一个标杆客户半岛集团，半岛集团选择 SEP 作为他的全球标准。半岛不只是选择了 SEP，整套的酒店信息系统都是使用石基的产品，这个是一个里程碑式的事件，下一步的发展的态势会跟云 POS 一样，也是以影响力靠前的国际酒店集团为目标客户，随后再去形成标杆效应。

在酒店信息系统云化方面，还有另外一个层级，就是我们在海外投资了一系列跟酒店的下一代信息系统相关的各种各样的子系统（以 SaaS 型的公司为主），都是围绕着酒店大数据应用服务。比如做酒店信誉评价解决方案的 Review Pro，做酒店图像分发管理的平台产品 Ice Portal，做酒店水疗 SPA 系统的 Concept 等等，这些会使下一代酒店信息系统能够提供较为完整的解决方案。我们首先形成一个底层最为先进的架构，然后把海外投资的这些子系统逐步集成到 SEP 上来。

在中国本地化的酒店市场，我们有不同的产品去针对不同类型的客户，对于国际化运营特点的酒店，我们推出了 Cambridge 云 PMS；在纯本地化的市场，我们有西软、千里马这些本地品牌，他们很早就有面向纯本地化市场的云产品。以上是我们云化这方面的不同产品的布局。

从 2020 年的情况来看，因为 2020 年度新冠疫情对于大消费行业的影响很大，我们的客户首当其冲。但是公司客户总体的抗风险能力都比较强，疫情的影响总体对于我们来说是短期的。一旦疫情过去，客户还会继续采购。所以在疫情持续期间，尤其是 2020 年，对我们业绩的影响比较大，但是在这种情况下，我们仍然坚守我们 2016 年以来的国际化发展战略，稳步增加我们的研发投入，对下一代系统进行研发和完善。

公司还有一块我们称之为平台化的业务，包括预定平台和支付平台。这两种平台化业务的基本的逻辑就是利用公司的酒店、餐饮、零售行业信息系统的优势地位，将信息系统向客户的上下游去进行延伸，在系统没有云化之前，利用系统直连的方式建立一个技术通道，去替代过去人工的方式来实现信息交互。

在预定环节，酒店如果想把信息系统和任何的预定中心连接，我们都可以进行一个直连对接。在过去这几年可以看到预定平台的流量的增长是比较良性的，但是因为疫情期间影响有所下降，不过随着疫情的回复，2020 年下半年的流量已经恢复到了 2019 年同期的 95%左右。

在支付环节，因为我们的客户都是商业性客户，都会有支付这个动作，那么我们可以把客户的系统和任何的支付中心的系统进行对接，传统对接的是银行的系统，随着后来三方支付机构的兴起，现在最主要的三方支付机构是支付宝微信，我们也跟这两家有非常广泛的渠道合作。这几年支付宝微信的支付直连的交易额也是一直都是呈比较快速上升态势。

二、问答环节

1、公司下一代产品各自的市场容量大概是多少？

酒店信息系统的各种子系统，在老一代的酒店信息系统里

可以有十几个模块构成，真正下一代的系统可以由上百个 APP 来组成，在下一代酒店信息系统中，我们先做了最基础的几个，当客户有需求要更多功能，我可以把我的底层的技术的架构向行业开放，最关键的一步还是要看核心的产品能不能在下一代的酒店信息系统的云化的进程中占市场主导地位，要总体来看，不能拆分。

从总体的体量来看，SEP 的目标客户群是国际连锁酒店品牌以及地区型的奢侈品牌酒店客户，过去我们做了 10 年中国大陆市场，大概也只 1700 多个高端酒店，但是在 booking 上面，每间房 100 美元以上的酒店大概有 6.5 万个。

2、除了半岛以外的其他大客户的进程？

头部酒店集团客户签约的整体流程特别长，我们没办法精准判断签约时间，半岛集团从选型到签约也用了两年的时间。其实 SEP 不是闭门造车出来的，一些头部客户参与了我们研发的过程，但头部客户的选型就是一个非常长线的规范化的流程，包括海外合同的谈判也都是历时很长，没有办法准确预判。

3、公司数据安全层面的布局是怎样的？

数据安全方面，我们的石基企业平台产品相对于目前市场上我们看到的所有产品有比较明显的技术优势。我们的下一代云产品可以不储存任何的个人数据，除非是政府要求明码储存的。对于数据安全方面，也是我们石基企业平台在设计之初的理念之一，我们称之为 API first、Security first。我们采用 Token 密钥技术，还有一点就是我们的产品能够通过自动的识别客人的数据的来源的方式，自动的把数据储存到满足当地的数据安全的法律法规要求的地方去。从数据安全来说，目前我们没有看到其他友商产品有类似的功能。

4、跟大客户签了 MSA 之后，落地的速度会是什么样？

比较难以预判，因为落地速度取决于酒店集团内酒店的数量，不过客户一般会有自己的计划，比如一般新开业的酒店会先上，但是已经在使用老一代产品的酒店会是一个逐步替换的过程。另外从上线的地区来说，也会在一个地区先选几个示范的，等到达一定数量，这个地区可能就会比较快速的推开。落地速度总体是个先慢后快的过程。

5、与其他竞品相比，石基的下一代系统有什么技术优势？

分几个方面，首先 SEP 是一个平台型的产品，是天然的为集团型的客户设计的，SEP 已经具备了酒店 CRS 中央预定系统的功能；然后从架构上来说，SEP 采用的是微服务架构，采用先有 API 再有代码设计，可以做到把酒店经营的每个场景都向外部去开放，我们目前还没有大规模实施的情况下，对外开放 API 就有 1500 个，其他友商的 API 也只是几十个这样的量级；另外就是客户档案，在数据安全上有很复杂的规则，我们的客户档案只有一个且放在一个地方，省去了酒店集团清洗客户档案的麻烦；还有就是前面提到的数据安全。

总体来说，下一代的系统能够做到老一代系统永远做不到的，而且跟友商的云产品相比，从客户的反馈来看，他们虽然也是云的，但是他们底层的架构没有变化，还是用的大型数据库的逻辑。如果不是因为有这么一个本质的代际的差异优势的话，也很难取胜。

6、中美关系是否会导致美国政府不允许美国酒店使用中国软件的极端情况出现？

酒店业本身就是全球性的产业，酒店本身就是做异地人生意的。由于美国针对中国企业采取的限制性举措所针对的领域均是美国相对中国弱勢的领域，而软件行业是美国最强的领域，美国品牌的酒店在中国高端酒店市场居领先地位，这些酒店都

	<p>需要使用美国软件，如中央预订系统、会员系统等，所以美国不加区分地针对全部中国软件采取限制性举措的可能性不大。</p> <p>7、像微盟、有赞这种 SaaS 服务商，他们也在餐饮零售酒店这些领域渗透，还收购了像海鼎这种中大型的主要针对于中大型的这样的客户，石基相比于这些厂商在零售餐饮这方面的优势主要体现在哪些方面？</p> <p>微盟和有赞是做线上线下的系统及运营，运营的比例比较重。我们是专注的做针对细分行业的软件的，跟他们不是一个类型，我们更专注于信息系统的专业度，所以我们的客户是相对大型的客户。</p> <p>海鼎是专门做零售信息系统的，目前国内规模零售行业信息系统的前三名，也就是富基、长益、科传都在我们旗下，富基和长益是石基零售全资，科传是参股，海鼎应该可以排到第四名，这个行业存在一定的竞争。但是前三名的客户大概在零售百强榜单里占在五成以上。</p> <p>8、今年公司在费用方面的规划，包括员工人数，还有研发费用方面的规划是怎样的？</p> <p>目前我们没有这个披露相关计划，我们过去这几年员工的增长跟国际化的人员构建有比较大的关系，但是因为我们目前已经达到 1000 人以上的国际化团队规模，已经基本建成了覆盖全球 20 多个国家的研发、销售、服务的网络体系，所以未来增幅不可能再像之前那么快。</p>
附件清单（如有）	无