

华林证券股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-002

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议） <input type="checkbox"/>分析师会议 <input type="checkbox"/>业绩说明会 <input type="checkbox"/>路演活动
活动参与人员	1.中意保险资产 王继林；2.南方基金 岚枫；3.国海富兰克林基金 高燕芸；4.盈峰资本 段涛涛；5.创金合信基金 李龔；6.安信资管 王晗畅；7.长信基金 朱辰菲；8.英大保险资产 卢琼；9.融通基金 刘安坤；10.华宝基金 秦彦齐；11.高毅资产 刘悦；12.中欧基金 邓达；13.招商基金 罗丽思；14.汇添富基金 何旺；15.华安基金 梁艳萍；16.华泰柏瑞基金 骆梦涛；17.阳光保险 王逸峰、曹野；18.天弘基金 孙高睿；19.光大保德信基金 黄亚铷；20.广发证券 陈福；21.华泰证券 沈娟；22.申万宏源 许旖珊；23.招商证券 郑积沙；24.山西证券 刘丽；25.东吴证券 胡翔；26.方正证券 杨庆婉
时 间	2021年3月30日 11:00—12:30
地 点	华润置地大厦 C 座 31 楼大会议室（腾讯会议号 264-603-528）
形 式	电话会议
上市公司 接待人员姓名	董事长林立先生、首席执行官赵卫星先生、财务总监关晓斌先生、董事会秘书谢颖明女士、执委会委员兼首席人力资源官王健瑛先生、首席技术官刘亚猛先生。
交流内容及具体 问答记录	<p>1、请问华林证券未来想定位成怎么样的证券公司？ 回答：未来我们的定位是综合科技金融公司。目前的互联网经营主要集中在股票交易、财富管理，今后还将推出乡村振兴板块。</p> <p>2、请问收购海豚股票 App 后，贵公司将如何把 App 月活用户、第三方导流转化为证券客户？ 回答：我们将持续与字节跳动及旗下公司开展深度合作，运营海豚股票 App，公司已经制定了一整套营销策略，获取新客户、召回老客户。 目前海豚股票 App 整体平台用户约 1300 万，各大应用市场累计下载量达到 7000 万，体量远大于华林证券现有客户量，公司将持续开发这批客户。</p>

3、我们了解到，华林证券的新开户情况是非常好的。请问目前华林的存量客户中，线上线下的渠道获客占比情况如何？线上的核心渠道主要流量接口是什么？

回答：目前线上获取的客户比例超过 80%，获客的核心渠道是垂直类的金融流量平台，随着未来新版海豚股票 App 上线，会逐渐扩展到字节的流量体系。

4、和字节跳动的合作让大家非常振奋，请问除了海豚股票 App 外，贵公司是否考虑收购字节的香港券商牌照？

问答：关于公司对外投资，请以公司公告为准。

5、请问目前海豚股票 App 的存量客户画像有什么样的特征？从这个特征出发，未来客户转换效率是什么情况？

回答：目前的海豚股票 App 的用户主要是行情资讯类活跃用户，未来对接华林的交易功能，有利于公司未来客户的转化。

6、公司未来将构建智能社区，提供多元服务，请问公司是只依托于字节的场景，还是会打造华林的独特场景？

回答：伴随线上社区交流方式的多元化发展，原有的股票社区会向着更加多元化、端内端外打通的大社区方向演进，形式上也会从文字类向着语音、视频、直播多种方式结合的方式演进，公司也正在积极探索，从这个方向切入搭建有特色的、符合新一代互联网原住民交流习惯的社区形态，希望未来能够打造出用户投资、交流的首选社区平台。

7、华林证券的客户结构如何？对未来的客户结构有怎样的预期？

回答：目前公司客户结构呈金字塔型，未来我们依靠海豚股票 App，希望把客户结构从金字塔结构变成纺锤结构。即做好高净值客户服务的同时，积极做大中间层的活跃客户规模。

8、我们注意到，华林证券将建立数字化分公司，职责中也有数字化经营。分公司的数字化经营和总部的数字化经营有什么区别？与总部如何协同？公司在数据中台的人力投入是怎么样的？

回答：公司总部负责海豚股票 App 的研发和用户增长，数字化分公司主要承接用户转化和精准服务，与总部协同合作。

目前数据中台的人力投入占比很大，我们投入了整个基础平台部落支撑这部分的研发。

9、组织方面，华林实行 OKR 与 KPI 双线考核，OKR 主要

集中在产品和研发，未来 OKR 会不会进一步拓展到其他团队的考核？

回答：OKR 是我们传导互联网战略的有效工具，可以帮助公司做战略目标分解，提升公司整个团队的绩效贡献，激发个人的自驱力和挑战精神。目前华林 OKR 考核是在总部全员推广，分支机构依然采用 KPI 的方式。

10、内部结构上，公司调整为职能管控线、金融科技线、传统业务线，请问这样设置的原因和目的是什么？目前已实施半年左右，取得了什么效果？

回答：为了承接公司互联网转型战略，公司必须有更加敏捷、能够快速响应、快速作战的单元，在部落制改革下，公司产品、研发、运营、经营从协同沟通变成了统一指挥。目前推出了“8+2”的科技金融条线，部落项下设置了灵活的团队、小队，实现了业务与科技高效协同，实现了发现商机快、决策速度快、线上开发快、团队执行快的“四快”目标。

11、公司提出要打造成为“国内领先的科技金融公司”，但从年末员工的专业构成来看，信息技术人员占比 11%，与东财 48%相比差距较大。如果公司未来要到 60%以上的占比，将如何吸引优秀人才加盟？是否有股权激励上的安排？

回答：2021 年我们持续加大了总部科技型人才的投入，目前总部科技金融人才占比达到近 60%，年报中 11%的计算基数包含了分支机构的人员。在未来的人才构建上，我们即将召开海豚人才大会，面向全球招聘科技类顶尖人才；着力招聘科技类的应届生；同时逐步将传统的分公司改造成科技分公司。股权激励也在规划当中。

12、字节的受众是否和支付宝重复率很高？在支付宝上绑定过的客户，再转来海豚，对客户来说吸引的点是什么？

回答：字节和支付宝用户是天然不同的属性，支付宝更偏向于交易属性，字节是更偏向于资讯属性。海豚股票 App 将结合资讯和交易的多种功能，如海豚智能盯盘等，是我们区别于其他同类型股票 App 的核心，将为客户提供更加优质的服务。

13、请问公司海豚股票 App 战略中提到的新增用户口径，是指软件的下载用户还是注册用户？预测的新增客户有没有测算模型？

回答：新增用户的口径是注册用户。整体的测算模型是基于用户 LTV（生命周期价值）的商业模式，综合获客投入、获客成本、结合转化率、活跃数据、结合产品层面的 ARPU 值进行测算。

	<p>14、经纪业务打价格佣金战比较严重，公司在流量中获取用户，会不会增收不增利？</p> <p>回答：根据通常的用户增长曲线，一开始获客成本会高于收入，后续在规模化之下，获客成本会逐渐下降。我们通过和字节的深度合作，在人群定向的客户转化方面有较好的基础，长期来看可以有效降低获客成本，我们有信心做出实际效益。</p> <p>15、未来 3-5 年科技投入的规划？</p> <p>回答：未来 3 年我们将持续增加科技投入、引进科技人才、升级战略组织。</p> <p>备注：上述为活动主要内容，已对部分普遍的问题进行了合并。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>不涉及</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	