

证券代码：002439

证券简称：启明星辰

启明星辰信息技术集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-004

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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	申万宏源研究—王曙光；安信证券股份有限公司—夏瀛韬；广发证券—庞倩倩；安信证券股份有限公司—袁子翔；瑞银证券有限责任公司—王冠轶；亚太财产保险有限公司—刘强；开源证券—刘逍遥；第一北京—梁卓均；嘉实基金—刘晔；伟星资产管理（上海）有限公司—杨克华；上海恒复投资管理有限公司—陈丽丽；天风证券—程扬；国泰君安证券—李雪薇；中国人寿年金管理—王成瀚；中金公司—李虹洁；华泰证券—范映蕊；兴业证券股份有限公司—吴鸣远；中信证券—罗毅超；德邦证券—甄玲；北京凯读投资管理有限公司—杨琳；国信证券—库宏垚；招商证券—石恺；国华人寿保险股份有限公司—安子超；溪牛投资管理（北京）有限公司—王法；深圳信易安基金管理有限公司—杜帝佐；大连道合投资管理有限公司—余湛；深圳前海珞珈方圆资产管理有限公司—孔帆；中原证券—唐月；光大证券股份有限公司—肖意生；上海理成资产管理有限公司—徐杰超；浙商证券—刘熹；东方证券—陈超；国君资管—刘慧慧；上海保银投资管理有限公司—邹舟；上海泮杨资产管理有限公司—王志强；淡水泉（北京）投资管理有限公司—周坤凯；中金公司—袁佳妮；中国银河证券—李璐昕；华创证券研究所—孟灿；中睿合银投资管理有限公司—郑淼；永安国富—郭莹；申万宏源证券资管—秦庆；天风证券研究所—刘静一；首创证券—翟炜；兴华基金管理有限公司—高伟绚；首创证券股份有限公司—戴晨；上海涌乐股权投资基金管理有限公司—岳雄伟；中信证券—潘儒琛；创金合信基金管理有限公司—陆迪；国元证券—耿军军；宁银理财有限责任公司—姚爽；东兴证券—孙业亮；申万宏源—宁柯瑜；东方证券股份有限公司—宋海亮；上海健顺投资管理有限公司—邵伟；中庚基金—陈涛
时间	2022年5月5日 15:00—16:00
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	张媛、潘柱廷、于舰
	2022年一季度业绩情况总览： 公司一季度的营业收入5.64亿，同比增长11.58%；毛利3.87亿，同比增长25.86%，从毛利上能够一定程度体现出公司盈利能力和水平。 2021年公司投入较大带来人员的自然增长，今年一季度比去年同期各项费用有一定的

增加，导致一季度净利润比去年有所下降。同时，一季度政府行业项目受到一定的疫情影响，但随着国家释放出的保经济增长的信号，对市场的回暖有提升作用。业务布局方面，启明星辰按照年初制定的总体战略方向坚定不移的执行，同时在渠道建设方面会有进一步的举措。

交流环节：

Q: 剔除去年 Q1 信创项目，今年 Q1 的整体增长情况大概是什么样？

A: 如果剔除去年信创项目，收入应该在 25% 以上的增长。

Q: Q1 订单情况？

A: 受一些政府项目的影响，Q1 订单和收入水平基本类似。

Q: Q1 受一些政府项目的影响，后面公司有哪些具体举措？公司整个下半年的规划是怎样的？

A: 公司全年保持收入增速 25% 的预计。得益于“军团”制的业务引擎，一季度央企、电信和金融增速快，下半年特殊行业、政府行业会有很多项目，未来可期。公司通过“军团”制、“市长计划”加强对有预算保证的下游行业和区域客户的接触和开发。当然，整个经济形势受一定影响是客观存在的风险，所以我们寻求在风险最小的下游客户加大力度，包括在渠道上的发力，通过“军团”制和“市长计划”很难覆盖到的方面，通过渠道加强覆盖，以保证增量。另外鉴于疫情的情况，集团要求前线的营销团队加强线上和线下的双重工作，保证项目推进、营销推进、交付推进，增加营销的互动和交付保证，进一步对冲疫情可能带来的业绩影响。

Q: 4 月—5 月下游反馈的需求情况，整体经营业绩的增长何时能有较大拐点？

A: 网络安全企业与国家的投入有直接的关联度，且随着二十大即将召开，疫情没有太大的反复情况下，二、三季度会有新的项目涌现。

Q: 哪些产品是在渠道布局时要重点发力的，也就是通过渠道去销售的产品？

A: 启明星辰一直在用不同的方式尝试渠道的发展，新调整的渠道政策至少有三类产品：一类是企业的拳头型产品；第二类，特色性的产品，比如 VPN；第三类是创新型产品。

Q: 产品和平台运营服务的毛利率是什么样的变化趋势，全年怎么展望这两部分业务的毛利率，全年信创集成的增速是什么预期，对于全年毛利率会有多大的影响？

A: 2021 年 Q1 有多个信创集成项目，2022 年 Q1 信创集成项目减少，影响到公司收入增速。但是公司一季度毛利增长 26%，自有产品和服务的收入增速较快，服务的毛利率在 50% 左右，平台类和自有产品毛利率 60% 多，总体毛利率水平保持平稳的状态。今年还会有一些集成项目但增速在正常水平，所以毛利率整体波动性不大。

Q: 行业都在推进托管运营去降低人员成本,用更多自动化手段去优化服务毛利率。这部分是不是更多的需要跟公司渠道更好的结合?

A: 托管运营从业务的归属来说,主要与启明星辰的安全运营中心战略相结合,是做 MSS 或者其他相应的运营服务的载体。渠道主要是承载公司比较成熟的拳头式的产品。当然我们对渠道有更多期待,因为渠道下沉后,某些地方有可能会爆发,带来一些增量;托管运营服务最终是会进入到渠道营销体系的。公司现在重点还是在安全运营中心,通过“市长计划”和“军团制”来推动托管制服务这方面的营收拓展。

Q: “军团”战略是怎样的,重点覆盖哪些行业,具体有哪些职责,跟原来的销售体系和研发体系是什么样的关系?

A: 公司现有 4 个“军团”,分别是运营商、金融、电力、以央企为主的大企业“军团”。这 4 个“军团”行业属性非常强,它们的产品和解决方案具有独立性、很强的包容性和在“军团”所覆盖的范围内的通用性,这是 4 个“军团”的特点。

Q: “市长计划”的实施地区有什么特征,跟原来纵横的营销体系有什么样的关系?

A: “市长计划”主要是覆盖年 GDP 在 3,000 亿以上的城市。从区域营销的角度来说,这些地级市是预算最有保证的一些城市(区域)。启明星辰原来的区域营销管理是从大区到省作为主要的营销平台;从 2021 年开始推出“市长计划”,把原先集中在省里的营销资源和技术资源,下沉到最有实力的地市。“市长计划”作为一个区域营销的前沿代表,跟行业营销必然有一些重叠和冲突的地方,但集团四个主力“军团”几乎是完全垂直的,四个“军团”里的用户在当地“市长计划”一般不会覆盖,这样形成相对比较清晰的分界。所以“市长计划”和“军团”制是启明星辰区域营销(横)和行业营销(纵)的加强版,把真正营销的龙头拉起来。

Q: 今年公司营收业绩指引是多少?除去股权激励费用外,其他费用增长的预期是多少?

A: 营收保持 25% 的增速。整体利润参考股权激励计划里的利润指引。

Q: 公司对于未来安全在信创市场的发展趋势看法是怎样的?公司在今年和明年会不会还有偏低毛利的一些信创业务继续发生?

A: 公司对信创的趋势是高度看好的,在外部的环境压力下,公司已经明确看到信创的时间窗,信创对于公司供应链是长期和持续性的要求,也就意味着信创必然会成为一个主要的业务拉动引擎。信创集成在毛利率上可能会有所拉低,但是对整个公司的下游客户业绩分配、利润分配是非常重要的。公司鼓励营销平台,特别是“军团”和“市长计划”能拿到业务范围内的高质量的具有控制力的集成项目。这样的集成带来的营收增长,可能伴随着带来一定的毛利下降,但我们认为这是一个比较健康的业务和财务的表现。

Q: 安全方面未来向云上订阅模式去转型的节奏大概是什么样子的?跟国外的营商环境是不是有较大的差距?目前启明星辰在云安全订阅的模式上的收入占比有多少?

A: 订阅模式是未来安全企业获得更高持续性盈利的趋势。国外的营商环境和中国的产业环境确实有不太一样的地方, 比如说美国有 **Salesforce**, 但中国没有这样的对标企业。在国内, 中小企业和零散机构在整个产业中的话语权不大和资源获取能力不强; 现在中国的网络安全产业的需求, 更多的还是被大型机构、政府机构等较大的机构推动起来的。从订阅这种业务模式上看直接复刻美国, 不会是那么简单直接的, 从形式和节奏上公司都在做尝试变化和创新。从市场板块层面看, 订阅模式的节奏上很难说会在什么时候产生爆发性的需求, 所以我们现在的做法是先以大 **to B** 为业务底盘, 同时兼顾这种订阅和 **SMB** 的业务开发。

Q: 信创产品的替代是什么的节奏?

A: 一方面会有信创的替代, 另一方面公司希望抓住信创名录, 让一些新产品能够进入到信创的名录中, 增加我们的竞争力。

Q: 今年会出现短缺货的问题吗?

A: 年报中可以看到库存量比较大, 储备是比较充分的。

Q: 从政府端的采购来看, 信创集成更多开始向上层的集约化集中。这会是长期持续的趋势吗?

A: 从现在的趋势上看, 集约化预算趋势是一个不可逆的趋势。或者说将来是另外一种螺旋式上升, 不会是简单的回归到原先的预算模式。

Q: 如果说集约化模式是长期趋势, 已经做安全运营中心的城市, 壁垒会从哪些方向体现?

A: 安全运营中心是一种扎营结寨的方式, 并不会形成一个排斥性的壁垒, 而是能够更清晰的为客户展示出公司的业务价值、核心技术能力和服务能力。**to b** 的招标过程很难回避低价和超低价的冲击, 面对这样的冲击, 我们在城市运营中心的建设能够得到当地政府和当地客户的认可, 在未来招标时会成为影响因素, 对低价冲击有一定程度缓解。

Q: 对于公司 Q1 业绩有没有复盘过, 从客户群、产品或其他方面, 什么差异影响了公司 Q1 收入端的增速?

A: Q1 在全年业绩里占比相对较少, 因此由于局部因素产生较大的影响是有可能的。我们分析数据后有三种可能性, 一是趋势性增长, 二是周期性波动, 三是短期和局部性的起伏。剔除去年信创集成的影响, 公司 Q1 营收增幅就会是另外一个看法, 这就是一个局部和临时性事件所产生的起伏。一季度受各方面的因素影响较多, 公司年初制定的全年战略是非常正确的, 考虑到公司客户技术趋势、监管动态等各方面因素, 所以不会被一季度的起伏影响我们的战略定力。

Q: 怎么平衡“市长计划”和渠道发展?

A: 任何的营销体系, 行业和区域、直销和分销在末梢的位置必然会有相互冲突和矛盾的

	<p>地方。任何一个制度的设计都很难彻底消除这种分歧和冲突。在整个设计中，公司从战略高度上，强调“市长计划”和“军团”制的战略地位，作为集团优先的战略考虑。在制度设计上尽量避免冲突，通过产品的区分或者客户的区分，通过让利给代理商，让更多的代理商参与到整个生态里来。</p> <p>Q: Q1 的经营净现金流相比去年同期有较大变化，主要原因是什么？</p> <p>A: 每年的一季度的收款都会有一定的波动性，2022 年 Q1 收款有所下降，而人员薪酬部分支出增加较多，导致经营性净现金流下降，这种季节性的波动对于全年影响不大。</p>
附件清单（如有）	
日期	2022 年 5 月 5 日