

证券代码：300803

证券简称：指南针

指南针上市公司投资者关系活动记录表

编号：2022-007

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☒电话会议 ☒其他： 券商策略会
参与单位名称及人员姓名	一、8月21日 中金证券电话会议 阿布达比投资局、TAIKANG INSURANCE GROUP INC、Pinpoint Asset Management Limited、Millennium Capital Management (Hong Kong) Limited、Guotai Junan Assets (Asia) Ltd、AZ Multi Asset AZ Equity Greater China、Wellington AM、施罗德基金、中银基金、银河基金、新华资管、天弘基金、申万菱信基金、上投摩根基金、上海东方证券资管、汇添富基金、华夏基金、国泰基金、安信基金、北京泓澄投资、北京诚盛投资、高毅资产、中信证券资管、财通证券资管、仁桥（北京）资管、深圳市尚诚资管、长隽资本投资、长见投资、深圳市晨钟资管、深圳前海珞珈方圆资管、深圳聚联汇投资、韶夏资本、惠升基金、富安达基金、东海基金、亘曦资产、丰源正鑫（上海）股权投资、北京禹田资管、北京景星资管，共42人 二、8月22日 兴业证券电话会议 渤海汇金证券资管、上海国泰君安证券资管、华泰证券（上海）资管、上银基金、长江证券、天津远策投资、西藏东财基金、兴华基金、北京泓澄投资、上海恒穗资产、易米基金、珠海常倾资管、财通证券、中邮人寿保险、北京源乐晟资管、华西投资、Admiralty Harbour Capital Limited、中海基金、财通基金、四川发展证券投资基金、宁波幻方投资、中银国际证券、明亚基金、上海聆泽投资、黄河财产保险、上海昆顶晟资管、光大理

	财、龙远投资、上投摩根基金、光大保德信基金、上海混沌投资、西部利得基金、中信保诚基金、财通证券资管、杭州兆石投资、深圳惠通基金、国寿资产、兴业证券、北京天九投资、华安财保资管、华泰证券、汇安基金、摩根士丹利华鑫基金，共57人 三、8月23日 华创证券电话会议 浙江韶夏投资、长江证券（自营）、上海磐厚投资、北京遵道资管、中信证券资管、远策投资、上海煜德投资、中银国际证券、国海证券、和泰人寿保险、淳厚基金、鑫元基金、广东惠正投资、富安达基金、深圳市金友创智资管、华泰柏瑞基金、诺安基金、恒泰证券，共19人 四、8月25日 国泰君安证券秋季策略会 苏州君榕资管、浙江吉晟资管、珠海横琴万方资管、深圳市居上投资、上海宝弘景资管、珠海横琴长乐汇资管、国泰君安证券深圳香蜜湖路证券营业部、深圳前海德云资管，共11人 五、8月29日 德邦证券秋季策略会 申万菱信、德邦自营、复星资管、前海鸿富，共4人 六、8月31日 长江证券秋季策略会 东方资管、中再资管、长城财富保险、英大保险资管、华创自营、华商基金、国泰君安资管、泓澄投资，共8人 七、9月1日 安信证券秋季策略会
--	---

	大成基金、湘财基金、中信期货、安信证券研究所计算机团队，共6人 八、9月2日 广发证券秋季策略会 中金基金、国联安基金、上投摩根基金、慎知资管、灏浚投资、星元投资、和谐汇资管、中信建投基金、上海希瓦基金、泉果基金、金翼基金、华泰柏瑞基金、兴全基金、天弘基金，共14人 九、9月6日 高盛高华证券电话会议 Aspex、United Overseas Bank、Sylebra Capital、JP Morgan Asset Management、Apeiron Capital，共6人 十、9月21日 国泰君安证券电话会议 泰康资管、兴证全球基金、华商基金、上海盘京投资、民生加银基金、汇添富基金、招商证券、建信保险资管、国华兴益资管、工银瑞信基金、北京泓澄投资、华安基金、先锋基金、国泰君安证券资管、浙江白鹭资管、东方证券资管、高毅资管，共18人
时间	2022 年 8 月 21 日至 9 月 21 日
地点	电话会议、线下策略会
公司接待人员 姓名	董事、副总经理、董事会秘书：孙鸣先生 证券事务代表、投资者关系总监：李静怡女士
投资者关系活动 主要内容介绍	第一部分：公司介绍 指南针公司于 2001 年成立，2019 年在创业板上市，是中国证监会核准的证券投资咨询机构。公司深耕资本市场二十多年，主要通过自主研发的证券工具型软件，向广大中小投资者提供金融信息服务和投资咨询服务。 近期公司披露了 2022 年半年报，业绩得到市场投资者的关注。其主

要增长原因归于两个方面：一是 2021 年公司加大了广告投放，新增注册用户和付费用户都有显著增长，2022 年上半年公司优化了整体运营成本，扩大销售规模，提升了整体运营效率，因此业绩表现不错；二是得益于公司多年来的产品研发，在今年上半年，公司推出了全赢系列私享家版软件的 APP（移动端）以及全赢系列另外一款高端产品—全赢决策智能阿尔法版，这两款新产品的上线对于销售高端版本软件是非常有利的。同时，公司业绩增长离不开证券市场的景气度，过去两年资本市场的繁荣为业绩增长奠定了市场基础，公司业绩与市场成交量关联度比较高。此外，由于公司产品销售周期性的特点，近几年呈现了全年业绩前高后低的分布，公司在定期报告中也提示了投资者，公司的季度报告或半年度报告呈现全年业绩分布不均衡的情况。

另一方面，今年上半年公司收购网信证券也得到市场上较多的关注。7 月 21 日，网信证券取得新的营业执照，已成为指南针的全资控股子公司。从证券业务恢复来说，网信证券已逐渐恢复了经纪业务。此外，公司在 5 月 17 号发布了定增预案，8 月 16 号交易所受理了公司的定增项目。下半年随着定增事项的推进，希望明年可以恢复网信证券的两融业务。

第二部分：问答交流

1. 上半年利润率有明显提升,毛利率有提升、销售费用率下滑,背后原因?

答：公司毛利率一直较高，这个行业的毛利率都相对较高。公司的成本比较刚性，不会随着客户、销售额增加有很大变化，所以销售额增加带来毛利率提升属正常现象。

公司的销售费用主体分为两部分，一是广告费，即获客广告投放，二是销售人员人工成本。整体销售额的增长带来广告费用率下降，人工成本绩效部分会随销售额增加而增加，但固定部分，如基本工资、社保公积金等相对刚性，其占比随销售额增加也会下降，二者叠加带来整体销售费用率的下降。

2. 公司的新产品推出节奏会影响营业收入吗?

答：影响公司营业收入“节奏”的主要因素并非“新产品”，而是公司基于体验式营销模式下，形成的中高端产品集中营销的业务模式。公司不是全年都在销售全系列产品，而是在一年的几个时间段集中销售中高端产品，导致现金流分布的全年不均衡，进而影响营业收入分布，即为公司多次多处反复披露的“经营业绩全年分布不均衡”，具体请投资者参阅公司定期报告的详细披露。

近十年来，公司的业务模式未发生本质改变，公司的主力全赢系列产品在版本设定、定价等方面也未有重大调整，但这并不意味着公司产品的功能持续不变。事实上，公司对新产品新功能的研发一直长期持续，随着资本市场的变化演进，随着客户需求的改变，公司研发部门持续迭代研发新功能，不断补充到各版本中，即产品系列名称虽然没有改变，但内容功能却是持续更新升级的，公司通过此举不断引领市场，满足客户需求的同时，也会形成各期中高端产品营销的阶段“抓手”，带动各期销售，就这一点而言，也可以理解为持续研发的新产品新功能与阶段现金流是相关的。今年上半年公司现金流和营业收入增长较快，与本阶段之前持续积累研发成果并于本阶段投入市场的新产品新功能亦有一定关系，具体请投资者关注公司披露的 2022 年半年报相关章节。

研发是公司长期赖以立足市场的最关键因素之一，公司未来将持续重视研发，不断加大投入。

3. 指南针 APP 上已经有网信证券的入口，目前来看，金融信息服务主业和网信证券的协同如何？

答：今年 7 月底 8 月初，公司陆续完成网信证券的股权变更、权力接收，实现对网信证券的实际控制。7 月 21 日完成工商登记变更，后续陆续和破产重整管理人实现工作交接，完成监管部门对网信证券恢复正常经营的工作验收等。

网信证券的业务恢复目前处于初步阶段，今年下半年拟逐步修复网信证券的逐项业务，重点修复经纪业务，整体的 IT 系统等需要更新，各条线员工也需要补充。

业务协同性方面，指南针会把现有业务积累的客户通过广告引流方式注入到网信证券。目前在指南针 APP 能看到开户的入口，但公司尚未进行大规模的推广，现阶段主要还是较小流量的尝试，一方面是网信证券的业务恢复仍需时间，另一方面是少数用户的导入也有助于网信证券业务的修复和完善。总之，该项工作将遵循循序渐进的原则，兼顾客户的体验和业务发展的需要。

4. 公司面向高端用户产品比较丰富，内部的产品功能、受众有没有进一步细分？和竞品的差异化的点、优势在哪里？

答：金融信息产品服务行业是一个相对而言高度同质化的行业，因为这个领域任何产品的数据源是没有本质差异的，差异主要是加工分析方法，也比较容易抄袭模仿，这是行业的常态。宽泛而言，公司产品和服务的受众是资本市场的中小投资者，尽管公司的客户数据显示不少机构投资者亦在使用公司的产品，但公司业务下无差别地对待所有客户。如进一步细分，由于公司的产品和服务功能主要立足于资本市场数据信息的收集、整理、汇总、展示、勾稽分析等角度，向投资者提供投资决策的辅助工具和功能，因此公司的客户，尤其是付费客户，更匹配市场中相对专业的投资者。公司在产品研发的核心竞争力主要体现在公司依托金融工程学方面的深厚积淀，以及对中国证券市场中小投资者需求的深刻理解，公司有能力始终领先一步，推出满足、引领客户需求的产品和服务。

5. 上半年经营活动现金流同比增速高于营业收入？

答：这主要是由于分期确认收入的会计政策导致的。具体请参考公司定期报告的详细披露。近十年来，公司的业务模式未发生本质变化，公司主力系列产品的会计政策也从未发生本质改变。

6. 网信证券整合后的获客方式？独立获客还是协同为主？

答：目前公司没有完全脱离指南针业务，由网信证券单独获客的计划。证券公司通过直接广告投放获客，较难取得高效的结果，公司目前也尚未掌

握有效的方法，但公司在未来经营过程中将努力探索。就目前现阶段而言，网信证券获客将以和母公司协同方式为主。

7. 网信证券 7 月完成过户，目前整合的进展？

答：一方面，公司全力以赴修复网信证券的业务条线，尤其经纪业务条线。网信证券的 IT 系统、柜台系统等相对老旧，员工也有大量流失，因此需要重建系统以及整合员工队伍。

另一方面，指南针 APP 上已提供了开户入口，但是网信证券整体服务体系尚未充分完善，因此目前公司尚未大规模启动客户引流，主要是小流量的测试，立足试验，不断磨合业务流程，完善和优化客户体验，同时建设和训练队伍，逐步扩大承接能力等。

目前前述各项工作进展是顺利的、高效的。

8. 我们有基金 app，和好买合作，未来也会有基金销售业务，未来目标规划？是否考虑收购独立的基金销售牌照？

答：网信证券本身具备基金销售资格，但是证券公司的基金销售和东财、蚂蚁等三方机构的基金销售的业务形态有所区别，给客户的体验以及展业方式也有显著差异。公司未来会适时谋求独立三方基金销售资质，也在做相关业务的积极准备。

9. 公司未来获客成本和客单值会是一个什么样的趋势？获客成本会不会提升，客单值会不会下降？

答：公司自 2019 年上市至今，获客成本相对比较稳定。公司有较强的获客能力，这个强的获客能力是指公司不仅能够根据业务需要不断扩大获客的体量，而且能够保持获客成本不发生大的变化。当然，公司所处的行业与整体证券市场景气度高度相关，前述获客成本整体稳定，但并不排除在中短期内，合理范围内的数量和价格的上下波动。

近几年公司付费客户 ARPU 值大概都在 3000 元上下，公司近十年来业务模式未发生本质变化，产品的定价基本稳定，就整体长期而言，公司并不倾

向于谋求通过产品涨价带来业绩增长，相反，公司有把 ARPU 值做低的愿望，即公司有不断追求向客户提供更优秀的性价比的产品服务的强烈主观选择，公司强烈地希望能够服务更广泛的客户群体。

10. 公司想要面向过去没有做过的新市场发展新业务，那么在网信证券、上市公司财富管理等业务的团队搭建如何？目前进展到什么地步了？

答：网信证券的新任高管已经陆续到位。例如，原上市公司分管大数据业务的副总经理屈在宏先生，不久前已经从指南针离职，任职网信证券的副总经理、首席数据官。这反映出公司未来“互联网+金融”的背景属性，即网信证券将通过母公司 IT 赋能，高度依赖数据驱动的模式，走互联网证券的特色发展道路。

指南针的管理团队 IT 色彩非常浓厚，这是公司的传统优势。公司拥有以名校毕业的研发人员为骨干的核心团队，且有稳定的人员补充，形成梯队的趋势，但是另一方面来看，也要承认指南针的现有管理团队在金融领域的经验有所欠缺，因此网信证券的管理团队组成的选择必然是这两方面人才的结合。例如，网信证券已经到任的总裁宋成先生，就是非常资深的证券业务高管，拥有在中信证券各条业务线 14 年的工作履历，又在另外一家证券公司担任过长达 6 年的总裁。

网信证券的未来各条业务线的管理团队仍在持续到位的过程中，投资者可以在证券业协会的网站随时查到。

11. 近期公司定增的进展如何？后续的节奏大概如何？

答：8 月 16 日深交所受理了公司本次定增的申请材料。一般来说这类项目需要几个月时间的审核，直到拿到批文后择机发行，目前各项工作正常推进，请投资者关注我们持续的信息披露。公司预计并力争在今年内完成本次定增。

12. 公司在 7 月份正式完成网信证券的并表，请问从财务上来看，公司年报是只算网信证券下半年的收入和利润吗？

答：网信证券和公司的合并报表基准日应该是7月31日，这是一个根据收购后“实际控制时点”这一事实下的会计处理。网信证券的损益将从基准日以后开始并入上市公司，也就是2022年影响上市公司合并利润表的时间范围是从8月份开始到年底的5个月。

由此延伸，投资者们可能还关心网信证券合并以后会不会给上市公司带来整体业绩影响。大家可以参考一下网信证券重组期间，公司披露的材料，其中有网信证券近两年的备考财务报表，可以简单理解为剔除网信证券破产重整因素后，假设其正常经营下，所表现出来的经营状况，投资者可以据此大致估算其2022年的情况。

当然，2022年下半年，随着公司对网信证券接收并陆续恢复业务，还有两个因素需要考虑到，一是公司对网信证券的设备投入、系统投入、人员投入等必然会导致相关成本费用的变化，二是公司下半年会陆续开展业务，例如经纪业务上一定数量的客户引流，随着业务协同效应的逐步呈现，会产生一定量的收入增加。这两个因素此消彼长的最终结果如何，公司目前无法做出准确的预测，请投资者及时关注公司的信息披露。

13. 指南针软件业务和网信证券业务的会不会存在前端协同？例如指南针通过给予付费用户相对较低的软件续费价格来引导他们去网信证券开户。

答：公司在过往几年与其他证券公司开展广告业务合作时，就有过类似的形式，市场上的同行也大多会采取这种模式。从长期来看，公司收购网信证券后，将会在软件业务“按人头收费”的业务模式基础上，增加“按资产规模”收费的业务模式，这是本质上的突破，也是本次收购对公司的深远意义。公司收购网信证券后，从“变现能力”上看，形式将更加丰富，但无论收费模式如何，高质量地满足并服务好客户，才是最重要的基础前提。

14. 公司在新增获客的打法会做调整吗？

答：公司业务简单说，其实就是公域流量转私域的商业逻辑，近十年来，公司练就了强大的获客能力，有效地适应了公域流量的变迁。公司多年来

	获客的“打法”就是面向“泛公域”的，不存在特定渠道和特定方式，因此，从微观上看是不断根据业务需要，跟随互联网公域流量的变迁不断调整变化“打法”的，但从宏观上看，也可以认为其“打法”本质上不存在根本的变化和调整。 随着公司拥有了证券业务，公司的获客“打法”，将有可能逐步根据业务需要做出逐步的调整，但即便是有这个调整，也应是渐进式的，走探索、迭代，进而逐步成熟的路径，不拟大刀阔斧做出改变。换言之，公司有理由认为，就中短期而言，公司将在确保现有成熟业务，包括现有获客“打法”稳定且努力有增长、有健康投产比的前提下，对未来的新领域做出创新和尝试。 15. 网信证券 30 亿元的投入规划，公司未来是否还会发更多的融资项目？ 答：公司对网信证券的 30 亿注资计划及资金使用规划，请参考公司正在筹划的本次定增的相关披露文件。 参考市场上类似企业的成功发展路径，我们认为假如公司如愿按照自身业务规划顺利发展，那么公司未来根据业务需要适时地多次融资，应该是大概率事项。当然，作为一家上市公司，融资并用于业务发展，为各阶段的投资者，也为更广泛的全体股东创造良好回报，是上市公司的愿景和职责，也是后续持续融资的重要前提。 注：在与投资者交流过程中，与前期披露的内容有重复的，请参阅已披露的投资者关系活动记录表。
附件清单	无
日期	2022 年 9 月 21 日