

金财互联控股股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 其他	<input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及 人员姓名	首创计算机 翟炜 平安大华 赵吉龙 人保资产 冯骏 等机构投资者	申万菱信基金 龚云华 人寿养老 黄锦超 民生加银 柳世庆	国寿安保基金 张帆 富荣基金 郭梁良 太平基金 田发翔
时 间	2022 年 11 月 3 日（周四）15:30~16:20		
地 点	电话方式		
上市公司 接待人员姓名	董事、总经理 徐正军 副总经理、董秘 房莉莉		
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>一、简要介绍</p> <p>徐正军总经理首先介绍了公司互联网财税板块的主要业务情况：公司互联网财税业务主要由全资子公司方欣科技主导，一方面针对税务局，方欣科技在 G 端深耕了二十多年，局端业务是我们的基础，今年 8 月，方欣科技与其他业界伙伴合作，联合中标了金税四期全面数字化的电子发票服务平台（二期）项目；另一方面是 B 端业务，面向小微企业、中小企业和集团企业客群。</p> <p>徐正军总经理介绍了公司前三季度的经营情况：公司前三季度净利润仍为负，亏损主要在互联网财税板块，主要原因为：（1）近三年研发投入大，包括数字化中台技术能力、人工智能、由核算会计转型管理会计、财税智能化、可信产品的适配方面研发投入大，由此形成的无形资产摊销计提较大；（2）公司的商业模式不是卖产品，而是收取服务费，市场拓展需要一定的周期。与上年同期相比，公司互联网财税业务前三季度的亏损逐步收窄，随着金税四期项目的推广和企业市场化产品与各用户群体的适配、验证工作完成，业绩呈现拐点，整体趋势向好。</p> <p>二、问答环节</p> <p>Q: G 端业务金税四期和金税三期的区别？公司中标金税四期电子发票项目除外，四期还有哪些项目，市场空间？主要竞争对手及份额？</p> <p>A: 金税四期和金税三期的区别：金税三期包括核心征管系统、发票系统、所得税系统、个税系统、出口退税系统等统一软件系统，每个系统独立建设，是软件时代的产物；金税四期数字化时代产物，是国家税务总局以全面数字化的发票为抓手，建设全国统一的智慧电子税务局，围绕法人单位、自然人的缴税和交费需求，以纳税人、缴费人、税务干部为中心，以数字化手段重构整个税务信息系统。该项目为全国税务机关全面</p>		

实施数字化标志性里程碑项目，对全社会营商环境和经济运行效率和公平环境会有深远影响，为广大纳税人提供精准、智慧的优质服务同时又有效地提升了治理能力。

金税四期的市场格局：全国各省市电子税务局的统一升级由我们联合中标单位开发和服务，方欣科技原来的市场占有率第一，全国的推广工作由国家税务总局统筹安排。

Q：金税四期是否意味着原来领军厂商的市场需求更大？各个环节参与情况？除了国家，是不是每个省、市都要建造相适应的系统？能否估算云化适配过程能够给予龙头厂商的市场规模？

A：根据税务总局大概的规划，由税务总局统一系统开发，每个省、市由中标单位在国家税务总局统筹下承担适配、迁移、推广、运维等。我们之前联合中标的全电票平台项目总金额在三千多万，包含总局统一软件的开发及一个省的上线推广。

Q：金税四期是否存在金税三期中的电子税务局、大数据等分模块产品，如果存在，公司在哪块介入较深？是否存在市场机会？

A：所有中标商开发的系统和模块都属于国家税务总局，中标单位经过多年沉淀，都有各自特长和竞争力，现阶段发挥各自所长全体为国家税务总局整个系统的结果和用户体验服务。市场机会对中标的各服务商都很大。

Q：公司在信创方面的合作的案例，与哪些基础的软硬件厂商合作较多？

A：信创产品政府端公司有：智慧电子税务局、智慧全渠道互动平台、实名认证系统、区块链数字资产系统；企业端有：金财卫士、E票云 PLUS、会计电子档案系统、财税云、智能产业赋能平台；基础的软硬件厂商合作方面如服务器、CPU 里面的华为鲲鹏、飞腾、曙光等；云化适配方面腾讯云、华为云、天翼云等。

Q：公司在金税四期的进展，进行哪些项目？竞争对手的项目？和竞争对手项目差异？各自的市场份额？

A：这次联合中标的单位用各自特长为总局做智慧电子税务局，更多的是协作，从局端来讲竞争比较少，每个省市的推广服务，大家也会协商进行。而更多的竞争是面向 8000 万企业用户、2 亿纳税人的市场化产品和服务，是各个公司的蓝海空间。

Q：金税的招标情况？全国招标已经结束，后期省市方面的招标模式？

A：目前总局还没有明确具体的方式。

Q：省市推广环节的节奏？

A：这与国家税务总局统一的推广节奏相关。当前一期以全面数字化的电子发票推广为主，在广东、内蒙、上海试点（9 月份之前）；目前全面的数字化电子发票在佛山、潮州进行全面推广，为全省全国推广做准备；12 月将在四川、陕西、厦门、青岛、大连

几地进行推广。二期要求今年年底开发基本完成并试点一个省份，明年进入全面推广的节奏。

Q：电子发票是属于金税四期的环节吗？

A：是的。

Q：公司在 B 端业务发展情况，面向中小、大型企业有哪些新的产品？

A：（1）B 端产生产品需求的因素：引用第三方调研数据，29%企业正在使用智慧财税产品、69%计划使用。产品需求主要来源两大因素，一是税务局端数字化产生的合规倒逼的需求，二是企业利用数字化提升效率的需求。（2）中小、大型企业面临的变化：目前，我们的财务 90%是“账房先生”，即核算会计，必须向管理会计转型，业财融合一定是趋势；数字化时代，财税管理向共享化、人人化、金融化、生态化发展。（3）公司研发准备：2019 年公司为此趋势做准备。目前的产品主要针对解决智能化财税需求。针对大型企业，公司给二十几家行业龙头进行了适配验证，提供行业性财税智能解决方案；针对中小企业，公司主要针对解决员工与财务的协同以及与企业之间的协同等方面提供一些产品，如 E 票云 PLUS、金财卫士、会计电子档案系统、财税云、智能产业赋能平台等。

Q：中小型企业跟以前一样，以云 SaaS 模式去推广？

A：对，基本上以云 SaaS 模式本身。

Q：市场上是否存在其他竞争对手同样针对中小企业提供企业信息化管理？是否能提出一些对标产品让大家相对更容易去理解？为什么会有付费意愿？

A：市场上要么是财税顾问服务，有一定专业能力，缺数据连接和工具能力，且大多为事后；要么提供软件工具，缺解决企业核心痛点专业化能力。而我们经过二十多年行业深耕，融合了专业规则、数据连接、技术工具等，从用户的事前、事中、事后的交易结构进行设计，使用数字化的工具将这些模式固化，帮助客户省去大量合规和管理成本。金税四期推广倒逼企业合规的诉求及企业利用数字化提升效率的需求双重背景下，公司产品具备一定的品牌知名度和口碑，客户具有付费意愿。

Q：未来采取什么渠道向中小企业推广？

A：公司在为官方做公益服务同时，树立良好的品牌和口碑，将用户与公司在线连接，互动交流与客户产生自身经营的痛点共鸣，由我们的专家顾问以线上为主提供解决方案，并给客户线上试用，试用后我们通过服务转化客户。

Q：数字电子发票在金税四期价值占比（局端）？

A：开发费用与运维费用的空间稳定增长，数字电子发票的使用使得企业合规与管理的需求变得刚性。

	<p>Q: 未来几年财税业务的业绩、收入?</p> <p>A: To G 方面, 明年开展大量推广, 业务可以实现稳定增长; 中小企业方面, 我们过去积累了千万级用户, 付费用户在两百万家左右, 基于我们新的产品矩阵, 跟随金税四期我们明年大力推广下争取转化更多的付费用户。</p> <p>Q: 目前省市推广进展情况?</p> <p>A: 原来是在上海、广东、内蒙做试点, 目前是全面推广, 税务系统推广压力大。目前在佛山、潮州除了信用有问题、进入黑名单的企业不进行推广, 其余是全面推广。</p> <p>Q: 目前推广的时候没有收费?</p> <p>A: 一般收费滞后 1 个月左右, 与客户建立信任后依据客户自身需求经试用后转化为付费用户。</p> <p>Q: 从税收调节共同富裕这个维度来讲, 对税务系统、税务信息化建设未来有哪些增量?</p> <p>A: 税务治理手段全面提升了, 因为打通了大数据, 整个税务的征收面基数会变大, 造就公平的营商环境, 税率会逐步降低, 让合规合法经营总的成本会降低; 税收是国家财政的主要来源, 也是收入分配的调节利器, 费改税也逐步纳入, 非税收入各项税制改革等推进, 税务信息化建设是升级迭代、较长期优化过程。</p> <p>Q: 公司与金蝶、用友有合作, 我们是嵌套, 还是独立第三方提供服务?</p> <p>A: 我们与金蝶、用友有合作, 有竞争。我们的核心竞争力是常年的税务方面专业的积累, 规则的结构化、数据的连接和技术能力的融合, 金蝶、用友是上下游的合作关系。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2022 年 11 月 3 日