

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：2022-15

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他：
参与单位名称及人员姓名	广发证券-雷棠棣；华商基金-戴福宏、黄润、金曦；中金公司-卓德麟；Point72-Ryan Ma
时间	2022年11月8日
地点	
上市公司接待人员姓名	董秘、副总裁-罗芳；证券部-何龙光
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1、请介绍一下公司近年来国际化转型进展？</b></p> <p>顺应信息系统向云化变迁的行业发展趋势，石基信息从2015年底开始启动国际化进程。公司在酒店和餐饮业的云转型目前可以概括为三个层次，首先是酒店和酒店集团之上的基于大数据的应用服务，例如声誉管理、客户需求管理等实现云转型；其次是酒店餐饮管理系统、后台系统等原来与集团系统连接不紧密的系统全面转向公有云；最后是酒店前台管理系统全面转向公有云。这三个层面的云系统既相对独立又相互关联并最终在数据和应用平台层面完成集成，公司在这三个层面都已经进行了多年的全球布局与产品研发，首先是基于大数据的应用云服务目前处于全球相对领先地位，后续将陆续集成到石基</p>

企业平台上去；其次是新一代云餐饮管理系统(云POS)Infrasys Cloud已陆续获得超过十家知名酒店集团的严格测试与评标认证，其中包括全球影响力TOP5的酒店集团中的三家，并在这些集团中不断拓展上线，成为全球主要酒店餐饮信息系统提供商之一，产品和技术处于全球酒店行业相对领先地位，截至2022年6月底云POS产品上线总客户数2586家；最后是核心的新一代云架构的酒店信息管理系统“石基企业平台-酒店业解决方案[The Shiji Enterprise Platform-Hospitality Solutions]”推出后在欧洲和亚太地区上线一定数量酒店的同时，已经签约三家国际标杆客户半岛、洲际和朗廷酒店集团，并均已完成示范酒店的系统切换工作，公司已经具备将石基企业平台全面推向全球国际酒店集团的能力，截至2022年6月底石基企业平台已在全球上线31家酒店。目前公司正在参与数个重要国际酒店集团对新一代酒店信息系统的投标和测试，依靠技术和产品的领先以及标杆客户的示范效应，公司有望可以最终获选。

## 2、中高端酒店转云趋势如何？

目前信息系统云化已经成为酒店行业共识，部分行业领先的国际酒店集团已经纷纷制定云转型计划，并开始选择下一代的云化系统。对于中国酒店市场，国际品牌的酒店仍在中国高端酒店市场中占据支配地位。石基企业平台主要面向国际品牌酒店集团客户和高端客户，针对中国本地酒店客户，石基的云PMS系列产品包括面向中国本地酒店市场但倾向于国际化管理运营模式的Cambridge云酒店管理系统，也包括面向纯本土酒店管理集团的西软XMS和千里马iPMS解决方案。

## 3、目前市场上竞争对手的酒店云产品情况如何？

由于我们启动时间最早，从2016年开始大力投入国际化，经过几年时间，率先做出了全新一代云平台的酒店信息系统，推动了酒店信息系统行业的变革。现在国际酒店集团客户招标

信息系统都只要云产品，虽然行业内友商也推出了酒店云产品，但本质上还不算是下一代系统，目前市场上也没有看到和我们类似的酒店信息系统云产品，特别是数据安全、平台化、全球化部署等方面，没有类似的产品。竞争对手的产品还只停留在功能方面，或者把传统系统放在云端托管。

#### **4、请问公司酒店云产品单价如何？或者说国际化酒店信息系统业务的收入空间未来大概会有多少？**

如果未来公司国际化能够获得成功，取得全球新一代酒店信息系统供应商的领导者地位，届时公司酒店信息系统业务的收入体量可以参考老一代酒店信息系统龙头的收入规模。系统云化后行业领先的高端酒店云产品供应商的目标客户群体会比之前扩容和下沉。具体产品单价与客户选择功能多少相关，不过由于市场上没有与我们类似的云产品，所以我们的云产品定价比其他友商的云产品都贵，并不靠低价取胜。

#### **5、是酒店集团还是业主决定上云？**

对于核心的云PMS系统是由品牌方来选型并决定谁进入其采购清单。当然之前的老一代系统也还在其采购清单中。新开业酒店一般都会选择云系统，老酒店的更换上线进展会由业主和品牌方共同推动，那么就回到一个起点，就是云化是来自客户的需求。

#### **6、疫情对公司的影响如何？**

疫情对公司总体是短期影响，由于公司现金流比较充裕，抗风险能力较强。但在国内疫情持续期间对公司经营业绩影响很大，因为我们的客户集中在旅游大消费行业，国内疫情反复影响项目验收，同时我们要坚持研发投入，这也是我们2022年第三季度亏损的主要原因。海外疫情管控放松使得海外酒店业务收入开始快速增长，但由于SAAS业务需要不断积累的客户

	<p>数量才会实现持平。</p> <p><b>7、海外 1000 人团队是否足够开展国际化业务？</b></p> <p>1000人的体量下我们已经基本建成服务于全球酒店客户的研发、销售和服务网络体系。目前公司海外有30多家子公司，我们的国际化业务覆盖大中华、亚太、欧洲和美国四大区域。未来会视业务拓展情况适时增加相关人员，但增速不会过快。</p> <p><b>8、公司的国际化有一个海外的团队来负责吧？</b></p> <p>是的，我们从2015年底确立国际化战略开始引入了全国国际化的管理团队，而且我们在海外设立了几十个子公司和办公室，在当地聘请员工，就是考虑到了国际化业务需要具备国际化运营管理经验的团队来做，所以我们的国际化业务就是用外国人来管理外国人。</p> <p><b>9、酒店客户上云是否主要考量成本？</b></p> <p>成本肯定不是头部客户的第一考量。我们的云产品就不是靠低价取胜，反而比竞争对手的云产品卖得都贵。对于头部客户，他们要选择的是真正能满足需求并超越其期待的云产品，正是由于我们云产品在技术和架构上的绝对领先，才会使半岛、洲际这样的行业标杆客户能够在最为核心的云PMS上最终选择我们。</p> <p><b>10、SEP 已签约客户的上线进度由什么决定？</b></p> <p>客户会在某个地区先选择示范店，待示范店成功上线后，会开始该地区的上线推广，待上线数量达到一定体量，后续上线进度将会加速。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2022 年 11 月 8 日