

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：2025-11

投资者关系 活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 新闻发布会 ☐ 分析师会议 ☐ 路演活动 ☐ 媒体采访 ☐ 现场参观 ☐ 业绩说明会 ☐ 其他：
参与单位名称及人员姓名	博润银泰投资-尚方建；东方财富-黄孝捷、晋佳旗；东吴证券-王紫敬；个人投资者-肖利娟、周创；广发证券-王钰翔；国金证券-李忠宇；国盛证券-陈芷婧；国新证券-郭百华；和谐汇一资管-凌晨、章溢漫；泓德基金-董肖俊；华创证券-祝小茜；华能贵诚信托-孙宇；华夏基金-代瑞亮；汇丰前海证券-张恒；汇添富基金-李宁；金茂集团-孔令明；美团-邓文健；农银人寿保险-郝鹏；拾贝投资-姜兆恒；天风证券-刘琳琳；西部证券-李想；兴业证券-王斌乐；益民基金-高喜阳；银杏资本-张海军；甬兴证券-夏明达；浙商证券-刘雯蜀、张致远；中国银河证券-胡天昊；中金公司-李铭娉、张伟；中信建投证券-王嘉昊、张敏；中信证券-马庆刘
时间	2025 年 5 月 20 日
地点	北京市海淀区复兴路甲 65 号石基信息大厦
上市公司接待人员姓名	董事长、总裁-李仲初；副董事长-李殿坤；副总裁、财务总监-赖德源；董事会秘书、副总裁-罗芳
投资者关系 活动主要内容介绍	1、从 AI 视角来看，想咨询一下公司执行类的 AGENT 的相关规划？ AI 产品商业化的模式是怎样的？ 我们构建酒店知识库，在酒店场景中将 AI 嵌入进去。目前公司是软件+AI 的方式，还没有形成创新的按结果付费机制的商

业模式，客户特别是国内客户对 AI 相关产品和服务需求很高，但还是按项目制来做预算与采购，对现有产品+AI，客户仍然是按原有产品付费，并没有专门为 AI 付费，因为生态还未形成。我们在酒店和零售版块都进行了多个场景的 AI 嵌入，已经开发出供 B 端客户使用的产品。

2、公司今年畅联业务的发展情况如何？未来公司平台型业务的发展如何？

公司 2023、2024 年畅联业务直连产量持续良好增长，24 年较 2023 年增长超过 20%。目前已经有超过 220 家国内外主流预订渠道通过石基直连预订平台连接超过 6 万家酒店。

因为我们的客户性质决定我们的直连平台是交易型的平台。演变下去之后，最终会通过预订和支付两个平台，拿到交易要素。未来更多是提供平台化服务，酒店集团 CRS 系统与 PMS 整合在一起，首先是一个集团形成平台，然后是行业形成平台。再通过 MCP 连接需求端的 AI 生态，实现直接端到端的交互与交易。

3、畅联接酒店会有排他性协议吗？

没有排他。畅联的主要价值在于多对多，畅联已经连接了 200 多个预订渠道，全球有 1600 多个渠道，单一酒店或集团不可能都自己一对一去对接这么多渠道，畅联的价值在于积累多对多的连接，如果公司云 PMS 能够积累更多的酒店集团客户，随着 PMS 与 CRS 的一体化与平台化，酒店集团通过 CRS 去直接连接 OTA 的功能将很难适应 AI 端到端的客人与酒店之间的直接交互与交易。

4、AI 会促进酒店系统的革新，近年公司研发投入每年在 7 亿左右，未来如何？SALESFORCE 按订阅收费，发现成本包不住就改为按量收费，我们在标杆项目上，成本效益如何衡量？

初步评估用 AI 可以取代部分常规代码开发工作，会节省人员工资，但短期内，公司研发人员数量不会减少，因为我们新签的项目太多，包括在海外签的项目的集成，大的酒店集团的功能

还要开发。AI 如何收费不是我们目前的重点，目前没有到客户直接为 AI 应用付费的时候，现在 AI 功能是免费包含在新软件版本里了。

5、今年国际形势有很大变化，咱们在国际化策略方面有什么变化？

目前国际形势的变化没有改变公司的总体国际化策略，酒店行业是商业化的行业，选择云产品还是更专注于产品技术和服务，客户这几年也通过尝试友商的云产品，越来越认识到公司云产品的优势。

6、如何去看美国客户的机会？

虽然根据客户对我们熟悉程度的不同，比如亚太地区的客户对我们会更加熟悉，所以云产品在亚太区域的上线速度相对就会快一些，其次欧洲，最后是美国。但美国我们不会放弃，因为国际酒店集团总部主要是在美国，而云技术会逐步推动一个酒店集团在一个子系统上采用一套产品，目前我们在美国市场已经上线了包括半岛、朗庭在内的一些地标型高端酒店，我们会充分利用标杆客户示范效应去逐步渗透海外市场，尤其是美国市场。

7、我们看到 2025 年一季报收入同比下降，请问具体是什么原因？

公司 25 年一季报营收同比下降了 6.2%，主要是下属子公司中电器件收入同比去年下降较大，但酒店业务的收入仍略有增长。

8、咱们公司目前海外收入占公司营业总收入的比重不是特别高，我们想咨询公司未来业务发展重点的展望？

公司未来业务发展重点主要是全球化与平台化，收入主要贡献将来自海外。目前在中国开业的酒店，信息技术的预算大部分来自外资品牌，因为外资品牌酒店对技术、产品及服务，包括安全合规等的要求高，公司的优势能得到彰显，而外资品牌在中国的开业酒店的总的客房数和海外整个中高端酒店客房数比是非

	常小的。海外国际酒店市场能够给公司带来的市场增量空间很大。 9、在成本管控和费用优化方面，公司在利用中国本土优势降本方面是否有什么想法？ 公司全新一代酒店管理系统产品的研发都是围绕大型国际酒店集团的需求来展开的，研发人员需要国际酒店集团行业经验的积累，同时市场推广和服务也需要本地化，因此公司还将坚持全球布局研发、销售和服务网络的策略，当然也包括中国在内。中国市场的产品也会有中国团队参与开发。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 5 月 20 日