

证券代码：300170

证券简称：汉得信息

上海汉得信息技术股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2023-003

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（2023 年三季度报告交流）
参与单位名称及人员姓名	重庆德睿恒丰资产管理有限公司江昕；中邮人寿保险股份有限公司张雪峰、朱战宇；中意资产管理有限责任公司沈悦明；中泰证券股份有限公司刘一哲；中国国际金融股份有限公司谭哲贤；招商基金管理有限公司杨成；长城财富资产管理股份有限公司胡纪元；盈峰资本管理有限公司高羽中；翊安(上海)投资有限公司张益锋；亚太财产保险有限公司张镭；循远资产管理(上海)有限公司田肖溪；兴合基金管理有限公司景莹、赵刚；西南证券股份有限公司邓文鑫；伟星资产管理(上海)有限公司杨克华；同泰基金管理有限公司麦健沛；首创证券股份有限公司傅梦欣；深圳市兴亿投资管理有限公司梁悦芹；深圳市明达资产管理有限公司李涛；深圳市金之灏基金管理有限公司陈飞云；深圳宏鼎财富管理有限公司李小斌；深圳丞毅投资有限公司胡亚男；上海真滢投资管理有限公司李莹；上海兆天投资管理有限公司蔡仁飞；上海益和源资产管理有限公司魏炜；上海申银万国证券研究所有限公司徐平平；上海睿扬投资管理有限公司屈霞；上海谦心投资管理有限公司柴志华；上海朴信投资管理有限公司朱冰兵；上海明河投资管理有限公司姜宇帆；上海名禹资产管理有限公司陈美风、王益聪；上海和谐汇一资产管理有限公司章溢漫；上海复星高科技(集团)有限公司兰云；上海沣杨资产管理有限公司赵高尚；上海崇山投资有限公司覃欣；上海冲积资产管理中心(有限合伙)桑梓；上海晟盟资产管理有限公司黄思琴；青岛金光紫金股权投资基金企业雷静；平安养老保险股份有限公司邵进明；风证券股份有限公司刘鉴；磐厚动量(上海)资本管理有限公司胡建芳、于响田；南京双安资产管理有限公司王斌；民生证券股份有限公司刘雄；金鹰基金管理有限公司朱丹；建信保险资产管理有限公司杨晨；嘉实基金管理有限公司谢泽林；惠升基金管理有限责任公司黄竞；华创证券有限责任公司杜郁坤；华安证券股份有限公

	司李雅鑫；华安财保资产管理有限责任公司李阳；鸿运私募基金管理(海南)有限公司舒殷；海通证券股份有限公司杨林；国元证券股份有限公司耿军军、庞立永；国联证券股份有限公司黄楷；国金证券股份有限公司陈矣骄；广发证券股份有限公司雷棠棣；方圆基金管理(香港)有限公司董丰侨；东吴证券股份有限公司戴晨；东吴基金管理有限公司 陈军；东方证券股份有限公司浦俊懿、覃俊宁；东方国际(集团)有限公司章斌；东方财富证券股份有限公司向心韵；大连道合投资管理有限公司任宇航；北京泽铭投资有限公司安晓东； MARCOPOLOPUREASSETMANAGEMENTLIMITED 黄晨； CEPHEI INVESTMENTS 刘京；天风证券股份有限公司刘鉴；
时间	2023年10月27日晚 19:00-20:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书黄耿先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司于2023年10月27日(星期五)晚19:00-20:00举行2023年三季度报告网上业绩说明会，本次业绩说明会采用电话会议的方式举行，主要内容如下：</p> <p>1. 三季度基本情况介绍</p> <p>今年1-9月份不理想主要还是体现在整个业绩上。年初在市场强复苏的预期下，公司也制定了一些比较高的目标，但随着时间的推移，公司也下调了一些目标，今年对整个行业的挑战很大，公司确实也难以独善其身。从目前来看，预计今年收入还是有所增长，但确实增长不多。公司也不会过于去追求数字增长，同时也会避免很多低质量合同。从长远的角度来看健康的合同比较重要。当然也有做的比较好的方面，公司今年在整个能力的提升方面做的不错。</p> <p>公司的自主产品，像是大家所关心的工业软件、智慧营销、财务数字化等这几大应用产品，今年会大力度推动PASS平台和Hzero。从市场的认可度来看，今年是上了新的台阶，今年大家关注的最多的就是AIGC业务，AIGC业务公司切入</p>

的还算比较快，整个进展也比较顺利。公司现在已经开始筹划明年的工作，会把业绩提升和公司经营作为重中之重。即便环境没有变好，我们也会想尽办法去做好。同时 AIGC 和数据资产的一些业务，明年会作为重点开拓。

介绍一下第三季度的业绩情况。首先从收入方面来看，三季度是延续了上半年的趋势，与同期基本持平。在年初的时候，因为订单情况较好，所以年初的时候预期很高，后续发现市场反应不及预期，所以年中我们对一些风险较高的订单做了调整。从利润的角度来说，第三季度的利润确实不高，但相比二季度而言相对比较好一些，这块主要因为我们在年初对收入和存款都做了一些调整。净利润变动幅度比较大，主要是因为参股公司甄汇科技增资扩股，公司前期也披露了相关公告。在现金流方面，同比变化要好很多，主要得益于公司加强了对收款的管理和风险的管控。

主要变动情况的说明：

销售费用方面，销售费用方面是受今年大环境影响，订单的转化周期会比以往长，公司在商务开拓方面保持持续的投入。销售活动相比去年同期会更活跃，差旅人员的投入也会更加多一些。

管理费用方面，年初的时候预期比较高，为了高速的增长，公司储备了一些资源，但后期发现下游的整体复苏比较慢，我们也要做一些资源效率优化。

研发方面，今年最主要投入在 AIGC 方面，相关研发投入会持续进行，目前来看市场反馈还不错。

现金流方面，我们加强了对收款的管理，同时汉得保理的回款业务对现金流也有影响。

公司主营业务分项来看，延续了前两季的发展趋势，各项业务的营收变化程度与刚需度保持较高的相关性，其中产业数

	<p>数字化保持最高的增长速度，财务数字化和 ERP 排在第二。自主产品方面，主要包括产业数字化和财务数字化，是持续增长的主要动力来源，从业务占比上可以看出，进一步上升到 51.27%，同比增长了 8.62%。</p> <p>在 AIGC 方面，公司 AIGC 中台正式发布商用之后，客户的认可度比较高，目前签单进度是超三季度业务计划的，AIGC 的业务后面会作为重点业务来推进。</p> <p>整体的毛利率方面，与去年同期基本持平。主要几个方面：一个是 ITO 的业务延续前几个季度的趋势，波动相对比较大，这一阶段公司对 ITO 的业务持续进行调整，目前逐季改善。ERP 的业务毛利率略有下滑，但波动也在合理的范围内。自主产品业务的毛利率总体还是保持提升的。</p> <p>目前市场环境情况下，公司认为重点还是要做好自己的能力建设。前一段时间，大家对应用软件的关注度会比较高，今年从几个自主产品发布之后，客户普遍的开始关注公司 PASS 平台、AIGC 中台，数据管理这一部分，公司的 PASS 平台 Hzero 这部分，之前主要是在内部使用，现在从内部往市场推广。目前从市场客户的反应来看，数字化有大量需求，市场反馈也比较多。后期公司在这三块上会持续投入，加大能力建设，希望明年这个需求能够释放出来。</p> <p>公司推出的自主产品逐渐得到大家的认可，现阶段公司受到信创政策，包括数据要素政策的鼓励，在自主产品的投入上更坚定了信心。同时 PASS 平台 Hzero 也获得一些资质和荣誉，CMA5 是最高级别的认证，信通院的可信云的微服务平台的认证，就不一一列举。公司 AIGC 应用能力发展速度比较快，后续还会持续投入，从未来方向来看主要三个方面：一个是 AIGC 作为一个工具，通过工具把 AI 能力接进来。二是做应用的 AI 升级，三是私有模型的训练。从客户反馈来看，AIGC 可以节约客户很多调试的时间，可以提升工作效</p>
--	--

率。目前公司面临的竞争比较小，有一些先发优势。数据中台这块，今年数据要素要入表作为数据资产，其实是非常好的政策利好，公司也会持续深耕数据资产市场。

提问 1：今年在 AI 这个领域其实也投入了不少资源，包括也形成了一系列的配套的产品，公司在 AI 领域的 AIGC 在今明年的一个规划以及未来公司计划向这些领域投入哪些资源？

答；AIGC 这块业务是公司目前主抓的一块业务，主要是三大方向，一个是 AIGC 中台，其实一定程度上可以认为是一个工具，这个工具要去对接大模型。其实如果直接去对接，有很多需求会无法满足，所以中间是需要一个工具，帮助客户去连接，然后做一些管理。第二个是做很多应用的组合，我们把之前一直说的智能知识库等等做成“工程化”，把一些成熟的工具组合到一起，让客户开箱即用。第三个就是 AIGC，AIGC 先把通用的工具做出来，然后做业务场景，最早给大家去展现的是智慧导购等，未来企业端一定会在这个方向加大投入，以后一定会有很多的业务场景要去添加 AIGC。在业务场景里去构建很多的这种 AI 助手或者叫 AR，达到提升效率，降低人工成本的效果。

为什么现在先推 AIGC 中台？现在很多企业在业务场景方面，需要花时间去想要去做哪些事情。那么他首先需要工具，能先做一些简单应用和编排。汉得也是在顺应市场的需求，先把工具这块做起来。很多客户购买了 AIGC 中台之后，会要求我们去做一些特定的业务场景。

现在汉得和客户一边在实施中台的同时，也在规划明年会去做什么场景，中台推出来大概两个月，目前跟进的客户比较多。

营销端要不要去做一个完整的产品，成熟的产品制造端要不

要做？我们认为现在这些场景其实都是需要跟一些头部客户一起共创，有可能积累一段时间之后产品化才会比较成熟，在这个过程中可以慢慢沉淀我们的产品。第三个方向就是私有模型，私有模型大概从5月份就比较明确了方向，但在摸索的过程中发现比想象的要更复杂一些。

我们在业务场景这块，虽然今年没有特别多的订单，但是客户可能会在明年初才开始去启动大一点的投入去做这些场景，目前也在和很多客户探索。今年也有计划和更多客户去做一些小的场景，我们希望能是几十个的量级，有可能在各个领域都有，包括传统的ERP加AIGC也是其中一个。

提问 2：今年整个外部的环境非常的不好，但是公司的自主产品包括毛利率，整体的毛利率和收入的增速都还是比较不错的，从行业的层面或者是包括央企国企的层面，现在整个行业景气度的一个变化的情况是什么？

答；这比较宏观，从目前来看，没有特别的说哪些行业很显著的好，也没有哪些行业就很显著的不好。今年制造业的很多企业在投入上面比较谨慎，客户需求的确度比较高。除了数字化、供应链等这些需求比较确定，同时转换周期上相对会比较长一点，大家对于合同的谈判可能比以往要更谨慎一些。从制造业角度看，相对比较平稳，在原来的基础上有一定的增长。其中可以看到产业数字化方面相对增长是比较快的。

提问 3：技术中台这边大体是怎么样的商业模式，中台大概能卖到多少呢？

答；技术中台目前售价基本上是定在百万级，当然也会有一些客户可能要求比较高，售价也会更高，可能达到千万级。对一些源码要求没那么高的，正常售价在百万级。当然还有

部分客户会选择只购买其中的一部分，有可能就是一个几十万的量级。

提问 4：AIGC 中台这块，现在看到的主要落地的一些客户，他们具有怎样的用户的画像？整体收入体量在怎样一个量级？有意向签单或者说已经落地的客户里面有没有比较明显的行业的特征？

答：从我们目前 AIGC 中台订单来看，我们的客户基本上是营收在 50 亿到 100 亿之间的客户。另外主要是头部的客户想去尝试数字化，想用 AI 及信息化来提升效率。在行业方面，目前没有非常明显的行业特征，客户群体也都是各行各业，客户对 AI 这件事情，有一定认知和向往，并不是客户只是想来试一试，客户希望未来能借助 AIGC 去提升能力，大家在找具体的场景方面还需要花点时间。公司内部也想去推 AI 的一些应用，最初会觉得挺简单，但越往后做会发现要让 AI 跟人去做融合，要考虑的细节非常多，AI 毕竟是机器人，它的容错率不像人那么高。人在出现偏差的时候很容易去调整，但 AI 现在还做不到那个程度，中间要做很多的干预，每个业务流程想要做到相对比较放心的阶段需要做大量探讨。这对公司来说也是好事，因为这件事越难，公司的解决方案提供的价值就越多。

提问 5：公司是如何看待 AI 整体应用的价值量？可能有些客户他只是用这个 AIGC 中台，那以后如果大批量去上应用的话，如何去预估中台跟后面这些应用的这个价值量的配比？

答：其实 AIGC 中台现在的作用是打开市场提高市场占有率。客户如果用了 AIGC 中台，后面的很多应用一定会基于这个中台来构建，基本上对汉得的粘性就会比较高。从客户

的投入量上来讲，追求还是在后面的应用场景上面。因为 AIGC 客户的投入量很大，比如我们现在有很多制造型企业，每年在智能制造上面的投入有几百万，甚至有的上千万，而且是持续很多年的投入，如果真的用 AIGC，并不会比原来的这个投入要小很多，甚至可能会更大。

为什么企业会愿意去投入这么大呢？因为任何一个场景去 AI 化，都会有比较明确的效益。就拿人工成本降低来说，比如汉得在 7 月 28 号产品发布会上演示了资产设备维修，虽然演示的流程很短，但很明显可以看出人的占用的时间会减少很多，可能会从一两天缩成几个小时，AI 有非常明显的效益。企业在比较清楚的能获得效益的领域投入也会比较坚决。基于我们自身的经验和判断，我们认为做场景化这块会有非常大的市场。后面的私有模型现在不太清楚，但是如果真如我们所想，未来企业想构建一个自己的超级大脑的话，那这块投入肯定不低。

提问 6：三季度报告中财务数字化，还有产业数字化这两块业务看起来订单有没有相对应的恢复？到下半年也就是从三季度开始，有没有看到一些订单上的好转的一些变化？

答：从目前来看，在自主产品这块，总体上来说还是在变好的。公司也在密切的关注，目前也在逐步规划明年的工作安排。

提问 7：AIGC 中台主要的客户还是以行业的比较偏头部客户为主，在做这种中台项目的时候，是不是会有很多定制化的一个需求，然后再有这些定制化需求的基础上，AIGC 中台产品的毛利率水平相比自主软件产品会是怎么样的一个水平呢？

答：这部分收入要分两部分来看，AIGC 中台现在做的是标

准的工具，工具本身不会有太多个性化，虽然客户可能会用这个工具去做一些个性化的场景应用，但是对工具本身的需求还是相对比较标准化的，所以现在售卖 AIGC 中台这块的业务毛利率还是比较高。前面签的订单中有客户，提出想要实现一些定制化场景，那需要另外付费，目前在应用产品上面没法做得很标准，场景如果不够，客户可以和公司签订人天合同去定制。从目前来看，AIGC 毛利率相对接近传统业务，目前短期没法做到毛利率比传统业务高。但后面会不会慢慢的需求变复杂之后，毛利率有所下降还不得而知。当今策略是抓住先机，在后期面临竞争的时候，公司有一些先发优势。

提问 8：公司的人员规划上，应用产品团队也抽了一部分人来做 AI，想问一下 AI 这个团队的人员现在是什么样的一个规划水平，以及明年是不是会有一个大幅的增长，然后从整个公司层面来看，这个人员规划是怎么样的？

答；AI 这块分两部分人，一部分是做基础研究，还有做 AI 及中台工具，因为 AI 需要不断的优化迭代，这部分研发人员大概 100 人，因为这块业务更多还是需要精兵勇将。明年由另外的一部分人去做应用场景，包括制造团队和营销团队的人，由他们去找业务场景并实现，这部分人员明年一定是会增加的，明年希望能够在业务场景上和应用场景上做的更多，相应的这部分也是需要精兵勇将，因为要做一个场景，可能需要 5-10 个人，场景越多需要的人就越多。这个不太会像 AIGC 中台一样先关起门研发，投入完之后再去做销售，更多的还是和一些头部企业合作的项目过程中慢慢积累，这对公司来讲是非常好的一种方式，也不会造成太大的短期研发负担。

附件清单（如有）	无
日期	2023年10月27日