

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：2024-05

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	请见附件“石基信息：2024年5月21日投资者交流会参会人员名单”（共计32人）
时间	2024年5月21日
地点	北京市海淀区复兴路甲65号石基信息大厦1层蓝石多功能厅
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；董秘、副总裁-罗芳
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、聚焦于海外业务，美洲区是完成了一次组织结构升级调整，能不能展开介绍调整完之后，对业务开展有什么样子的积极影响？</p> <p>我们对美国的子公司进行了优化，加大了对拉美的销售，同时在美国抓紧上线高端标杆客户。</p> <p>2、请展望石基企业平台在海外的上线节奏？</p> <p>随着海外包括欧洲、美国、亚太地区标杆客户的成功上线，以及中国区酒店大批量上线，将加快海外签约和上线节奏。石基企业平台签约澳门的 Melco 酒店集团为什么非常具有标杆效应，除了客房体量巨大、系统复杂、功能需求多以外，还有一点是安全性，因为数据不能出澳门，又要是公有云的</p>

系统，只有石基能够满足其要求。此前澳门全部六大赌场最后一个未使用我们云餐饮系统的赌场在试用云餐饮系统之后发现能够立刻解决排队问题，所以在没有预算的情况下很快决定要上。这就是技术换代的力量。

我们也在将已签约客户中更多的标志性的酒店在海外上线，位于北京、上海、香港、伊斯坦布尔、东京、伦敦和纽约的半岛酒店都已基于石基企业平台成功上线，比如在伦敦最贵的半岛酒店上线后，其他最贵的一些英国酒店也在找我们。

所以需要时间的酝酿。我们一方面通过建立口碑逐步增加公司品牌影响力，另一方面因为云计算和移动互联网的发展，客户要变成云服务商，从住前、住中、住后都要与消费者的手机发生联系，所以云化已经是趋势和必然，我们的云产品是全新一代的产品，由原来以客房为核心，变革为以客户服务为中心，目前市场上没有类似的云产品。

3、请评价一下石基企业平台的先进特征，包括安全优先或者 API 优先等。在过去 1-2 年内，石基企业平台的行业领先性是否有变化？是什么原因导致的？

近两年，我们通过包括半岛、朗廷、洲际等酒店的成功批量上线，公司最初设想的企业级平台的设计得到了验证。与友商的产品相比，已经具有明显的代际差异，比如安全性，由于我们的对手并没有采用类似的架构，才最终造成了这样的差距，这使我们更加确信了我们的领先性。

4、石基企业平台会选择什么样的酒店客户定位，会往中端市场下沉吗？

石基企业平台的客户定位不是简单看酒店档次，主要看酒店集团是不是变成集团控制力很强的，比如总部定房价和定义全球功能。当然我们会有选择性的向客户推介，比如其开放和运营要一体化，要向 C 端开放，看客户是否适用。

5、SaaS 产品定价是怎样的？

SaaS 型业务按订阅费方式来收取费用，比如云 PMS 产品按月和酒店房间数计费。我们的云产品单价与客户使用我们产品功能模块的多少相关，比如对于 Full Service 和 Limited Service 类型的酒店，对应的价格也是不同的。

6、我们这此年在研发投入方面投入了很多，想请问石基企业平台希望达到什么样的短期和中长期的效果？有没有考核指标这类的导向？未来对于研发投入与未来盈利能力如何实现平衡是如何规划的？

SEP 是我们的核心产品，我们会不惜代价去投入，但也会参考公司的自有资金情况来规划投资规模，目前其投入体量已经是行业里很大的。但随着海外云产品上线数量的不断积累，当海外现金流持平时，就不再需要国内资金支持了。

7、酒店云产品在国内战略这一块如何考虑？因为过去这些年的话，感觉公司的重心还是在海外。

目前重心仍在海外。云餐饮系统 INFRASYS CLOUD 中国市场基本上已经是我们的，在国际品牌酒店里已经占据 80%了，对于核心的云 PMS 系统，洲际集团已经确定了中国区上线计划，随着标杆效应的发挥，公司相信拿回中国区主导权对我们来说变数不大。

8、我们针对酒店每间房的收入有没有一个目标？未来是否有提价空间？

这要看核心云产品是否能取得市场主导地位，如果取得主导地位，我们的预定和支付等平台型业务会有更高的收入空间，此外，我们改善酒店收益的一些功能都尚未发布，这些创造的收入空间都是动态变化的。

9、想请教公司在成本费用方面的整体规划，在毛利率方面，今年会不会有明显的恢复？

随着海外及国内酒店业务等毛利率高的收入快速增长，都会导致总体毛利率增加。

	<p>10、公司 2023 年归母净利润的亏损的收窄，以及经营性现金流的转正，一定程度上都来自于行业的恢复，想请教领导们如何看待 2024 年酒店、旅游行业的恢复情况？公司目前的订单层面有没有看到一些反应？</p> <p>公司的订单并不简单取决于酒店生意的好坏，主要来自于产品的换代。</p> <p>11、公司坚定发展海外业务，那么如何选择区域？</p> <p>主要选择旅游业发达地区，从亚太地区例如东南亚、日韩、中东，到欧洲、美洲。</p> <p>12、咱们公司海外员工已经超过 1000 人，后续的规划是怎样的？以及咱们的石基企业平台是否可以赋能这些员工，进一步提升他们的人效？</p> <p>未来我们海外的员工数量会是基本保持这个体量，未来根据客户签约情况，以及研发的需求尽量控制，不太会有大规模增长。</p>
附件清单 (如有)	石基信息：2024 年 5 月 21 日投资者交流会参会人员名单
日期	2024 年 5 月 21 日