

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：2024-15

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	德邦证券 陈涵泊、王思；景顺长城基金 陆哲皓
时间	2024年9月26日
地点	线上会议
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>1、关于咱们的核心产品，再请领导们详细的拆解一下 Infracsys 和石基企业平台的上线进展，以及在新客户方面有怎样的开拓预期？</p> <p>Infracsys 在全球范围内目前已经签约全球前五大酒店集团，并且在批量上线，上半年末总的上线客户数量接近 4000 家。石基企业平台实现了预期的上线，在洲际、半岛、朗庭均已大批量上线，此外已成功签约了行业标杆客户新濠、RUBY、CIRCLE、TIME、FLETCHER 等国际酒店集团以及钓鱼台美高梅、首旅诺金、安麓等知名酒店集团。</p> <p>2、石基企业平台在数据安全方面有哪些优势？</p> <p>在数据安全方面，我们的石基企业平台相对于目前市场上</p>

看到的其他酒店云 PMS 产品有比较明显的技术优势。我们的全新一代云产品可以不储存任何的个人信息，除非是政府要求明码储存的。对于数据安全方面，也是我们石基企业平台在设计之初的两大理念之一，我们称之为 API first、Security first。我们采用 Token 密钥技术，且 Token 密钥由三方公司提供。还有一点就是我们的产品能够通过自动的识别客人的数据来源的方式，自动的把数据储存到满足当地的数据安全的法律法规要求的地方去。

### 3、酒店转云的驱动力有哪些？

酒店信息系统的云化，从根本上来说，是因为手机和移动互联网的发展，使得 C 端的消费者需要访问酒店的信息系统，而老一代的系统无法支持 C 端消费者的直接访问，因为老一代的系统是完全线下的系统，它本身的架构也不支持这样的访问。酒店信息系统转云之后，从根本上对于酒店来说，能够给酒店的运营者的决策提供智能的数据支撑。云系统能够提升酒店集团管理效率，也会节省酒店的人力成本，但一个很重要的驱动因素就是数据安全，随着各国的数据安全的法律法规的严格施行，老一代非云系统没有办法满足这种数据安全法律法规的要求，比如说在国内施行个人数据保护法之后，酒店需要每年进行数据安全认证，如果是非云系统的话，意味着每家酒店每年都要支付一个比较高额的数据安全认证的费用；而如果上云的话，那意味着至少这个地区的所有酒店就只认证一次就可以。所以随着各国对数据安全实施管控越来越强，对于酒店上云有直接的助力。目前，酒店信息系统转云已经是行业共识。

### 4、石基企业平台较高的价格会阻碍酒店集团采购咱们的系统吗？

一些友商会采用低价的策略去吸引酒店集团，而我们的云产品不是以低价策略去吸引客户，相反定价较高，我们的优势在于技术和架构的先进性，这是充分得到了客户反馈的认可，市场上并没有与我们的云产品类似的产品。当然头部客户不是单纯的看价格，更是会着重考虑看产品是否能满足他们的需求

	<p>甚至超越其期待。我们要采取灵活的战术来应对对手的低价策略。</p> <p><b>5、石基云产品相对其他云产品的优势具体在哪些方面？</b></p> <p>分几个方面，首先 SEP 是一个平台型的产品，是天然的为集团型的客户设计的；然后从架构上来说，SEP 采用的是微服务架构，采用先有 API 再有代码设计，可以做到把酒店经营的每个场景都向外部去开放；另外就是单一客户档案与单一库存，解决酒店集团管理中长期以来的痛点；还有很重要的一点就是数据安全，我们的产品能够通过自动的识别客人数据来源的方式，自动的把数据储存到满足当地的数据安全的法律法规要求的地方去。</p> <p><b>6、公司零售板块业务是如何打算的？</b></p> <p>公司在零售百强、连锁百强客户中的市占率仍在 50%左右，包括富基、长益、时运、合光等品牌，在中国零售信息系统行业的优势并未发生改变。此外，公司从事标准化零售信息系统业务的是思迅软件，这是一块优质资产，公司希望其未来产品向云化变迁。</p> <p><b>7、下半年以及明年，海外的员工总数的计划是怎样的？如果进行人员投放的话，如何看待研发与销售人员的比例？</b></p> <p>海外业务团队人数早已超过 1000 人，为了持续推进全球化，这个团队体量需要维持，不会大幅度变化。我们会视产品功能需要有选择地增加研发人员，或者在比如非研发核心国家减少研发人员和增加销售人员。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2024 年 9 月 26 日