

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：2019-38

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	大成基金-魏庆国、郭玮羚；工银瑞信-李昊、袁芳、单文、夏雨、张继圣、等；景林资产-蒋彤、徐伟；中金公司-黄丙延；朱雀基金-唐铭延、何之渊；易方达-武阳；泓澄投资-张弢。
时间	2019年12月24日
地点	北京市石景山区玉泉路59号院2号楼燕保大厦6层 石基信息
上市公司接待人员姓名	董事长、总裁-李仲初，副总裁、董事会秘书—罗芳，证券部-赵文瑜、韩倩、左美姣
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司基本情况、主要业务板块、发展战略简要介绍</p> <p>1、基本情况</p> <p>公司于1998年在北京成立，于2007年8月13日在深交所中小板挂牌上市。公司目前致力于为酒店、餐饮、零售、休闲娱乐等大消费行业提供整体信息化解决方案。</p> <p>2、主要业务板块</p> <p>酒店：国内酒店客户总数超过1.3万家，中国星级酒店信息管理系统市场的客户占有率超过60%，旗下拥有中国知名的本土酒店信息管理系统品牌包括西软、千里马、华仪等；传统酒店信息系统有十几个模块，公司构建了一个非常完整的整体解决方案，使得公司在中国高星级酒店信息系统市场居领先地位</p>

位。另外，公司在海外企业客户（最终用户）门店总数约 6 万家。

餐饮：国内餐饮用户约 20 万家，其中中高端、连锁餐饮用户数量已超过 1 万家，在整个餐饮信息化市场处于相对领先水平，旗下拥有餐饮信息管理系统品牌包括“Infrasys”、“正品贵德”（开展中高端、连锁餐饮行业的信息系统业务）、“思迅”（开展标准化餐饮信息系统业务，其客户 1/3 是餐饮客户，2/3 是零售客户）等；

零售：国内客户总量约 60 万家，在中国规模化零售业信息管理系统市场的客户占有率为 60%-70%，主要由控股子公司富基、长益科技、上海时运、广州合光以及参股子公司科传控股开展规模化零售信息系统业务，控股子公司思迅软件开展标准化零售信息系统业务，公司于 2019 年 2 月底控股的海信智能商用主要从事商业收款机、金融机具等硬件的生产、制造和销售业务，在国内商业收款机品牌市场居领先地位，同时也从事零售业信息系统业务。

休闲娱乐：银科环企（公司 2017 年底实现控股）一直专注于为综合性多业态主题公园、景区景点等旅游目的地提供信息化管理服务。

3、公司战略

重点围绕平台化和国际化两个方向开展。

（1）平台化

平台化业务目前包括预定和支付两个平台，目前发展态势良好。直连技术是支付和预订平台的关键，酒店行业在石基取得了高市占率优势的情况下，石基与预订渠道或者支付机构的系统进行直连对接打通，让客户的信息系统与预订或支付机构的系统进行信息即时交互，可以提升客户运营效率、降低成本。公司目前正在餐饮业和零售业复制酒店业的直连模式。经过多年的准备与预先研究，公司已经快速进入零售业信息系统领

域，取得行业市场领先地位。公司目前全部客户的年度营业额超过 5 万亿人民币。石基从事的平台型业务的根本优势在于公司在酒店、餐饮、零售信息系统业务领域取得的行业优势地位。

预定平台：畅联将外部各种渠道的预定信息系统和酒店内的信息管理系统打通，依托直连技术，实现即时信息交互，目前连接的国内外渠道超过 150 个。畅联与阿里旗下的飞猪进行了战略合作，在直连基础上为 C 端消费者提供更多更好的服务，比如信用住、会员服务平台接入、账单扫码支付、离店前开发票等一系列增值服务，按照交易金额的一定比例获得收入。目前，畅联顺应石基集团全球化战略，继续推进直连技术解决方案在全球酒店分销、直销行业中的推广和应用，2019 年上半年直连产量超过 410 万间夜，较 2018 年上半年产量 301 万间夜增长约 36%。

支付平台：利用一体化直连技术连接客户信息系统和各种支付中心的系统，包括银行、各种第三方支付机构（支付宝、微信）。①传统支付系统业务是将一体化支付软件出售给银行，按照软件费、硬件费、维护费的传统方式向银行收费；②公司与第三方支付的合作，是按照交易金额的一定比例获得收入，费用直接向第三方支付机构收取。2019 年上半年公司客户与支付宝和微信直连的支付业务交易总金额约 735 亿人民币，比上年同期增长约 48%，保持快速增长态势。

（2）国际化

未来下一代信息系统必然是基于公有云的信息系统已经成为行业共识，高端市场的酒店信息系统正处在加速向下一代云化系统变迁的过程中，这给予了石基国际化的可能。

石基的云化分为三个层级，首先是投资一系列提供酒店和酒店集团之上的基于大数据的应用服务的标的公司，例如声誉管理、客户需求管理等；第二个层级为酒店餐饮管理系统、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，

公司的云餐饮管理系统“INFRASYS CLOUD”已经取得了里程碑式进展，获得半岛、洲际、凯悦等数个国际知名酒店集团认可，截止 2019 年 6 月底，Infrasys Cloud 全部酒店及餐饮用户总数过千家；最后是酒店的客房管理系统全面转向公有云，目前全新一代酒店信息管理系统平台经过多年的大规模研发投入，已经取得了实质性的进展。

石基从 2016 年开始加速国际化，较早地投入研发下一代酒店信息管理系统，且长期专注酒店信息系统行业，非常了解顶级国际酒店集团的需求，此外公司有信心进行国际化的关键最根本在于对酒店行业的前瞻性判断力和洞察力，公司过去成功发展的每一步都是基于对酒店行业未来发展的前瞻性判断比竞争对手更早而实现的。

2019 年 6 月，不计私有云和 HOST（托管）方式软件收入，公司 SAAS 业务实现月度可重复订阅费（MRR）1,981.09 万元人民币，相比 2018 年 6 月 MRR 905.43 万元增长 118.8%。

二、问答环节

1、石基海外云 PMS 平台研发情况？

海外云化客房管理信息系统的研发核心部分基本已经完成，需要一定时间将石基原来收购的标的公司的业务与目前研发的云化信息系统平台进行集成，并且后续还要与酒店客户集团自身的应用系统进行集成，集成后才能交付给客户。

2、石基在海外的酒店云化信息系统业务上如何与老牌的软件厂商 ORACLE 等公司进行竞争？

主要是产品和服务，ORACLE、INFOR、SAP 这些传统的酒店软件厂商的全球服务网络会有优势，石基只有在产品上绝对领先才能够得到客户的认可。

3、竞争对手有没有可能在海外云化产品研发上追上公司？

首先针对下一代云化酒店信息系统的技术无论是石基还是竞争对手，都是在同一个起点上的。

其次是时间，石基对于云原生系统的研发时间上领先竞争对手 3 年左右时间。公司对于下一代云化酒店信息系统的研发从时间、投入力度都是大于竞争对手的。

最后是对酒店软件产品周边的布局，石基收购的酒店周边的软件信息系统都是全球领先的公司，比如 Review Pro、Ice Portal 等，而这些标的公司的酒店应用对于未来的云系统的应用都是非常关键的，将来一旦将收购的酒店周边子系统与石基的核心的云平台进行整合，就阻止了竞争对手后发。目前石基海外的云产品客户已经有超过 6 万家。一旦这些云产品集成到石基核心的云平台上，就会使得我们的应用形成一个场景，整个旅客在酒店里从预定开始到离店的场景都在石基的云平台上。石基 Infrasy Cloud 已经获得半岛、洲际、凯悦等数个国际知名酒店集团认可，石基的云 POS、SPA、高尔夫、会员等系统都是国际上最领先的产品。

4、海外竞争对手目前的云产品是怎么样的？

属于是多租户的，但不是真正云平台架构系统。石基从理论上可以预计到企业级的解决方案，给酒店集团研发的是企业级的云平台解决方案，不是在争论谁的云技术哪个优越，而是要利用云的技术解决新的酒店运营方式，即集中化运营管理，要让酒店集团只有一个客人档案，任何一个客人到酒店集团只会调取一个地方的一个客人档案，可以节省酒店集团太多的资源。因为现在传统的酒店集团要把旗下每个单体酒店的接口与集团的 CRS 中央预定系统的接口进行连接，通过数据库的方式将信息进行同步，每一个单体酒店都要存放一个客人档案文件，在不同的系统里要存不同的文件，比如客人在餐饮服务中消费，就要调取酒店餐饮信息系统的客人档案，在 SPA 中消费就要从另一个 SPA 系统中调取客人的档案。云化下只有一个客

人档案，传统酒店信息系统理论上可以解决客人档案和单一库存的问题，但如果不是云化架构下的系统，效率太低，成本非常高。

5、竞争对手为什么没有采用新的云架构？

研发是需要一定的时间的，以及这个系统本身是有很大难度，难度在于系统的安全考量，将酒店信息系统分成几百个小的微服务，并且把这几百个小的微服务安全架构到一起是不容易的，需要实践，而这些技术的工具并不产生于甲骨文和 SAP，而是广大的开源的设置，所以说在针对下一代云化酒店信息系统的技术上，石基与竞争对手的起点是一致的。如果是使用数据库，当然 ORACLE 有强大的数据库，而目前我们了解到的是甲骨文是还是用基于他数据库的方式来研发的下一代云化信息系统，并不是真正的云架构。如果仅仅是将传统的酒店信息系统放在云上，技术上是容易实现的，但是我们要做的是预计到未来这个云系统会给酒店集团带来怎样的流程上的优化，员工的节省，效率的提升，这样就必须要用目前的互联网公司的云架构，才能实现高并发，自动伸缩，传统的酒店信息系统向客人的移动端开放是无法实现的。

6、酒店集团化的管理中，一个酒店集团有不同的品牌，不同品牌的酒店也是用同一个云系统么？

一个酒店集团只用一个云系统，酒店集团有不同的品牌，石基针对酒店集团研发的企业级的云解决方案，同一个系统可以选择不同的功能，可以设置。

7、云化信息系统下没有初装费？

没有了，只有劳务费。云系统的成本本身就跟使用量（流量）有关系，给亚马逊、阿里、微软等人工智能服务商的费用就是按照流量来支付的，不可能是一次性买软件的收费模式了。酒店云化信息系统必须是订阅费收费，这也是 SaaS 最基本的收费方式。

8、转云对于酒店集团本身来讲有什么好处？

客人已经用移动设备比如手机来进行预订，所有的选房、登记入住一直到离店，都是在手机上消费，消费者已经在互联网上了，智能设备要与酒店发生关联一定必须是云系统。云化的好处主要体现在数据的汇聚和流动、瞬时直连、协同性以及交易便捷性。最根本好处在于数据的汇聚和流动更高效，提供智能化决策支撑，传统酒店信息系统不可能实现这个目的，只有基于公有云的下一代信息系统才能做到。

9、软件云平台涉及到的几个层级是什么？

一般我们把这个软件云平台分为7层，最底层是硬件、网络，然后之上是操作系统，再之上就是数据，公用的服务，包括微服务的注册、安全、用户认证等，接下来是行业，商业逻辑，在之上就是UI这些。

10、石基云平台的搭建是否用到 oracle 的技术？

与 oracle 彻底分开，开源都没有用 oracle 的东西。

11、云 PMS 先找小型酒店测试是还需要完善一些 bug 吗？

主要是有两方面的考虑，一方面是要看实际的生产环境是否稳定，二是产品功能的细化。

12、现在的一些平台型的互联网公司，越来越多的渗透到酒店领域，比如美团，去做小商户的 ERP 系统，将来会不会对公司形成一个潜在的威胁？

做小的客户可以，做企业级集团客户基本不太可能，高端客户的需求和服务经验是很高的行业壁垒，不是一个销售渠道对接的东西，简单向复杂做是很难成功的。互联网公司阿里是最强的，阿里的做法是在行业高端的领域里收购，而不是自己去研发。

13、国内经济连锁酒店以自研的系统为主，海外高端酒店集团为什么一定要找第三方的软件公司来提供？

国内经济连锁酒店研发的产品和石基研发的高端酒店信

	<p>息系统产品在专业程度上相差非常大。真正要研发石基这样的酒店云化信息系统，研发投入也是要像石基一样大的，单独给一个酒店集团是不划算的，且必须要持续投入人力和资源。</p> <p>14、怎样保持长期的技术和产品的领先？</p> <p>消费行业的性质决定了最重要的是把我们的创新与客户关联起来，让客户参与需求驱动，而不是依靠公司的员工。原生云的技术架构是重要的，但不是最核心的，最核心的创新的源泉在于客户需求的驱动。我们有行业内的最好品牌的客户，与公司有信任关系，可以设立一个委员会，让行业内顶级的人参与进来，参与研发的客户可以优先使用产品。</p>
附件清单(如有)	