

证券代码：000034

证券简称：神州数码

## 神州数码集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20190328

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 checked="" 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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称 及人员姓名	39 位投资者/分析师以及 50 位媒体代表共 89 人
时间	2019 年 3 月 28 日 15:30-16:30
地点	北京市西城区金融大街乙 9 号北京金融街威斯汀大酒店聚宝厅 III
上市公司 接待人员 姓名	神州数码集团董事长兼总裁                      郭为 神州数码集团常务副总裁                        叶海强 神州数码集团财务总监                          辛昕 神州数码集团副总裁                              李岩 神州数码集团技术总监兼云业务负责人        郝峻晟 神州数码集团董事会秘书                        王继业 神州数码集团投资者关系总监                  刘昕
投资者关系 活动 主要内容介绍	<b>一、2018 年业务回顾&amp;2019 年展望：</b>  2018 年公司业绩强劲增长，分红大幅提升。收入规模达到了 818 亿，增长幅度 31.6%，在 2018 年的经济形势和竞争环境下，这个成绩的取得来之不易。公司扣非净利润增速达到 40%，高于收入增长幅度。公司云转型也交出了优异的成绩单，2018 年云收入达到了 5.8 亿的水平，增长幅度 187.4%，坚定了全公司向云转型的决心，也巩固了外界对公司云转型的信心。另外，公司今年的分红大幅提升，公司与所有的股东共享业绩的强劲增长。

云业务方面，神州数码的品牌，越来越多为公有云、私有云、混合云的厂商所认可，云转售业务在集团全体部门的协同下已经取得非常好的结果，增长率达到了 264%。增值的云转售，即有服务和交付机会的云转售，增幅达到 248%。MSP+ISV 的云服务业务收入同比增长 71.6% 至 1.25 亿，占总体云收入比例为 21.5%，公司云计算业务结构进一步优化。

2019 年围绕云战略，公司要做五件事情。前两件是战略层面的，第一个是技术战略，发展云中台，在集团层面建立云角实验室，实现解决方案的产品化。另外是人才战略，通过引进和转换，公司将不断拓展人才团队。在这两个战略的指引下，公司会有三个具体的措施：第一，围绕专有云、私有云和混合云，不断拓宽业务领域；第二，加强营销体系，我们将在与云角融合的基础上，在集团更大的层面、更大的范围内加大协同的力度，建立大客户营销体系，进一步释放整体客户营销资源；最后是构建云生态，我们在不断探索云转售模式的同时，围绕神州数码的能力，构建新型的商业模式，赋能渠道助力客户实现数字化转型。

## 二、问答环节：

**1、上周神州数码刚跟阿里云签署了云服务的总经销商，请问这块业务下一步准备怎么落实，如何真正实现云服务产品的分销，管理层对于这一块业务未来体量的预期？**

答：此次签约说明公有云市场仍然需要合作伙伴、渠道的力量，神州数码多年来渠道能力、合作伙伴的积累在云计算 To B 市场仍然非常有价值。未来公司工作的重点：第一，覆盖到更多二级三级渠道的合作伙伴，加入阿里的云生态；第二，为合作伙伴赋能；第三，通过加入生态圈进一步提升神州数码的云能力。至于带来的业务体量，客观地讲，与阿里云签约会对今年云收入的增长起到积极的支撑作用，但由于目前商业计划还在商谈当中，所以暂不能披露具体数字。谢谢。

**2、公司财报收入增长是比较迅速的，想问一下神州数码在云转型过程中现在进行到哪个阶段？**

答：从数字上来看，我们还是刚刚起步，整个社会真正用云的比例还是比较低。根据 IDC 的报告，数字经济进入爆发的临界点，到 2021 年全球超过 50% 的经济都将是数字化的，中国 55% 的经济都将是数字经济，而目前这一数字为 32%。在数字经济推动下，企业数字化转型的紧迫性非常强，数字化转型将驱动绝大部分企业 ICT 投入的增长，数字化转型将使 IT 的角色从在流程当中提高效率转化为对接业务需求的直接创新服务。从数字化转型进程来看，当前进行数字化转型的基本都是头部企业，企业客户上云潜力巨大。伴随着云的普及，未来对于云技术和解决方案的需求是巨大的。

	<p><b>3、请问公司如何构建自己的云生态，或者说云生态怎么能够细分，怎么营销管理？</b></p> <p>答：生态有两部分，一部分是厂商的合作，另外一部分是传统渠道，神州数码在二级渠道和供应商方面有非常强的竞争优势。我们目前主要工作有两方面，一方面与传统的渠道开展深一层的合作，对云进行进一步的推广；另一方面，对传统渠道进行技术赋能，为渠道带来云上的自动化能力，用云重构传统分销的业务，减轻二级渠道和最终客户的压力。</p> <p><b>4、神州数码参股或者控股的子公司在科创板方面有没有一个规划或者有些什么样的潜在标的？</b></p> <p>答：我们密切关注科创板的发展，在相关政策和条件允许的情况下，会积极推进相关工作。但这不是公司当前工作重点，公司目前的主要精力是围绕着云的转型，快速实现云业务的高速成长。</p> <p><b>5、请公司谈下 MSP 和 ISV 人员业务的支出，未来两年人员布局，以及增速？</b></p> <p>答：公司 MSP 业务目标是每年翻倍，而人员增长率不超过 50%，因为我们会尽可能的使用自动化平台和工具，来提高分发的能力，控制人力投入。ISV 业务目标也是翻倍甚至更高，因为 ISV 当前还是投入期，需要大量的咨询师、顾问以及开发人员梳理客户业务，人员布局会更大，人员增长率可能跟业务持平。公司目前已经有大量工程师在从事相应的工作，未来我们会进一步培养和吸引更多工程师。同时，公司也会考虑通过投资的方式，吸引更多的创业团队或技术型公司加入，扩展我们的业务。</p> <p><b>6、未来云计算这一块的发展会有哪些不确定性吗？</b></p> <p>答：云业务发展的不确定性可能来自于两个方面，第一，人才管理，公司是否可以通过并购和自己培养的方式，快速吸引和拓展云业务人才，而且公司整体人力资源管理是否能够适应云时代对云人才的要求。第二，数字化转型的效果是否能够被大家快速的接受，公司的云产品和解决方案是否能快速的复制和推广。</p>
按附件清单 (如有)	
日期	2019 年 3 月 28 日