

证券代码：300662

证券简称：科锐国际

北京科锐国际人力资源股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-003

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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	中信证券：李振寰、黄舒文；中信建投：叶乐；广发证券：沈涛、高鸿；天风证券：高翩然；国信证券：曾光、姜甜；华泰证券：孙丹阳；兴业证券：王越、熊超；光大证券：李泽楠；东北证券：赵涵真；中泰证券：袁鸣；西部证券：许光辉；浙商证券：徐晴；安信证券：万雨萌；申万宏源证券：赵令伊、张玲玉；海通证券：杨子颖；长江证券：杨会强；平安证券：易永坚；中金公司：曹弘毅；友邦保险：黄文婧；中银基金：李思佳、杨亦然、杨庆运、欧阳力君；广发基金：印培；富国基金：毕天宇；中融基金：甘传琦、潘璠；中欧基金：许文星；交银基金：余李平；安信基金：高宇；东财基金：唐忠；天弘基金：林佳宁；国泰基金：赵大震；东方资管：钱思佳；东证资管：王焯；等
时间	2021年5月11日 14:30-16:00
地点	江苏省苏州工业园区星湖街328号创意产业园10栋7楼“北京科锐国际人力资源股份有限公司苏州分公司”会议室
上市公司接待人员姓名	董事长：高勇先生 副董事长兼总经理：李跃章先生 副总经理：王震先生 董事会秘书兼财务总监：陈崧女士 监事会主席兼投融资总经理：张宏伟女士 首席技术官：刘之先生

投资者关系活动主要内容介绍

公司于2021年5月11日(星期二)14:30-16:00在北京科锐国际人力资源股份有限公司苏州分公司举办了“科锐国际2020年、2021年第一季度及定向增发投资人现场调研交流会”，本次交流会主要通过分享环节跟问答环节两个环节公司就企业文化、发展理念、海外战略布局、技术布局能力及行业地位等投资者关心的问题出了详细解释，具体情况如下：

【分享环节】

董事长高勇先生：

第一个分享的观点是，人力资源服务和人力资源科技市场空间广阔。第一，财政总局人口调查统计，我国现在区域人才流动旺盛（仅黑龙江流出600万人），受过高等教育的人才数量庞大（受过高等教育和专业技术职称有1.86亿人，广义上受过高等教育接近2.2亿人）。第二，商务部统计将近1万亿（其口径与科锐业务范围较为一致）。随着区域间的流动、行业间的流动、岗位间的流动、乃至体制间的流动，这个数字还会继续扩大。

第二个分享的观点是，科锐成立25年以来不断理清策略，坚持“四个一”。①“一群人”：科锐通过迭代、更新团队，不断壮大团队力量。②“一带一路”：公司坚持践行一带一路国际化发展路径，尽管2020年受新冠疫情的影响，但疫情不会阻挡一带一路国际化发展路径的步伐。③“一体两翼”：公司目标打造人力资源产业互联网，关注如何用技术手段构建人才和岗位之间的匹配效果。科锐10年前就开始做前店后厂，其本质是分工合作，接单人与交付人分开，管岗位的与管人才的分开。此外，后厂这个角度，建议大家关注“岗”：做透能做成什么样子，如何用技术去实现？④“一起共舞”：科锐和谁对标？科锐更想对标自己，目前的商业模式尚未完全确定，还有想象空间。企业健康成长，一定要把自己的要素禀赋和自身能力紧密结合起来。科锐不希望仅仅学谁，而是希望能够创造一些新的东西。

副董事长、总经理李跃章先生：

商业模式方面，科锐是中国人力资源服务行业全球经验的践行者，也是创造者。

产品方面，①平台化的产品（垂直招聘平台、人力资源产业互联平台、人才大脑平台）。垂直招聘平台零售一号线发展很好，上海国金中心等大型商场的每一个店员在科锐都有备案，甚至有实时的微信联系。如果需要临时找上百个店员，科锐可以

很快做到。②SaaS 产品，包括人力云、人才云、干部云、招考云、招聘云、入职云、生态云、全员参与云等。③服务与解决方案。科锐在这个板块提供了比较多的服务，如 HR 的管理咨询、人才盘点、招聘、招聘流程外包、灵活用工、薪税服务等。

大客户驱动方面，大客户的服务是科锐最值得骄傲的点之一。科锐成立 25 年，为头部客户服务超过 20 年。就 HR 岗位来说，中国 on-site 客户端的科锐招的人有 3,000 多人，深圳有 2,000 多人，预计今年年底深圳就能达到 3,000 余人。此外，科锐在智能造车领域也做得很好。大客户驱动的逻辑在于，科锐通过大客户知识经验迁移，来打造为更多客户服务的能力。科锐国内 HR 私域流量 100 多万，目测国内最大，在此基础上延伸到职业教育、技能提升、培训测评等领域，空间广大，科锐积累的知识和经验有助于更好地获得 C 端客户，招聘领域的经验和客户能够很好为灵活用工赋能。

纵深发展千人千岗方面，例如在医药领域，科锐在医脉同道的客户注册量增长十分迅猛，这是因为国内 CRA（临床监查员）岗位人才十分紧缺，研发从业人员约有 3 万人。科锐通过访谈 CRA 人才，出具 CRA 岗位人才流动报告、人才储备报告等吸引客户，目前医脉同道注册了 5,000 多家客户。公司希望在不同岗位工作实现，从私域流量岗位的纵深研究、客户的访寻到数据的积累，再到标准的输出。以 SAP（企业管理解决方案）为例，科锐一季度 SAP 私域流量超过 5 万多人，尽管规模不算特别大，但对于现在的客户体量，能提供非常高效的服务能力。

区域方面，公司在大湾区、成渝区、长江中下游、长三角等经济区域增长迅速。

技术驱动方面，①政府端的人力资源数字化升级、智能招考，例如在新疆支持事业单位的线上报名考试项目；在天津津南落地的就业云超市，2020 年底拥有 500 多家企业上线，2021 第一季度增加了 500 多家，目前已达到 1000 多家企业。②企业端的垂直平台 HR SaaS 的管理以及人才端的垂直招聘。受益于技术的赋能、数据的管理经验以及运营经验的沉淀，公司获得了良好的发展基础。

全球化布局方面，①公司目前覆盖海外 50 多个城市，在东南亚扩展业务，在英国收购项目，在欧洲布局，从方方面面渗透到全球化的进程当中。②中国企业的全球化刚刚开始，全球化人才寻访需求旺盛，科锐理解客户的战略与需求，建设内部组织能力，与客户共同成长。③科锐的 RPO 立足中国本土企业，深度链接客户，进一步渗透到其他产品线，是增长的驱动力之一。科锐的 RPO 业务响应中国本土企业的诉求，实

现深度渗透，把科锐在大客户积累的经验，运用到客户的招聘管理和人员管理中，深入链接客户；同时渗透到猎头产品、HR 技术产品、灵活用工产品，实现整体提升。

伙伴协同方面，科锐构建禾蛙、即派盒子两大产业互联平台，冗余资源平台共享，赋能同行共同起舞。面对很多的 KA 大客户，科锐的人力无法做到对接每一个大客户，利用禾蛙、即派盒子来整合国内同行供应商，满足客户需求，科锐与合作伙伴共同成长，意义非凡。

总而言之，科锐的成长立足于客户的需求，通过更好地理解客户的需求，设计更好的产品，让客户更满意。

首席技术官刘之先生：

技术协同助力业务发展，科锐数据化转型布局提速。

1、产品方面，产品线围绕两个核心的价值链布局，第一是招聘效率，第二是客户关系。在招聘管理方面，目前科锐有三种模式，①自营的 CPS；②HR SaaS；③睿聘；在考勤管理和薪酬管理方面，科锐有薪薪乐和全薪全 E；其他产品方面，目前正在布局才到、HRO 系统。目前科锐正在把各个产品线打通，未来的 HRO 和目前的薪薪乐和全薪全 E 打通，才到和薪薪乐、全薪全 E、睿聘也会打通，禾蛙和 CPS、医脉同道等垂直招聘程序打通，形成完善的产品组合，通过科锐的客户关系实现交叉销售。

2、数字化转型方面，①内部管理数字化转型，目前科锐内部员工有 2,800 多人，管理 2 万多外包员工。人员规模增大后，决策效率降低、信息透明度下降。科锐致力于实现 IT、HR、行政等职位方面的数字化，同时打造内部 IM 系统，缩短流程时间，提高信息透明度，增强一线员工数字化决策能力。举两个例子：第一，现在科锐的周报实现了两级内的信息互通；第二，比如会议室的投影设备问题，投影方式落后造成会议的延迟，过去这可能需要依靠老板的决策来撤换投影设备，现在一线员工也可以通过成本和效益的测算，提议更换设备，通过内部的 IM 系统让管理者决策者看到 ROI 的对比，从而实现高效的决策，自下而上地改进公司内部流程效率。

②业务数字化转型方面，由关注结果指标到关注过程指标，精细化各阶段花费时间，“没有测量就没有改进”。数字化趋势提倡将过于广泛用于制造业的生产流程管理借鉴到服务行业中，将工作各个流程所需时间计算并记录下来，放到线上，提升交付效率。过去科锐更多关注结果指标，比如利润率、平均投递次数，现在更注重测度

服务流程的指标，比如投递的稳定度、中位数、异常值等。举一个例子，比如顾问每天要花费时间用于查询候选人简历中提到的学历信息，假设通过测量得到每天顾问需要花费的时间是三分钟，合计一年可能要消耗 100-200 万的成本，通过将这一度量结果放到线上，即可形成对决策的数据支撑和事实支撑。

③精细化分工：科锐没有采取其他人力公司合伙人的模式，通过供需分析和模型寻找可规模化的岗位，在细分岗位规模后再分工，进一步分为人工/半自动化/全自动化。分工、组织、个人三大效率，分工效率最为重要。分工与规模有关，规模足够大，通过精细化分工能实现效率的提升。目前科锐的后场团队中已经出现了一些规模化的岗位，比如终端操作 IC 部门的岗位（大约占内部岗位的百分之十几）、测试岗位（大约占内部岗位的 3%-5%）。科锐对岗位进一步分工，比如过去的分工是客户经理、职位主管、招聘顾问，现在会进一步细分为简历审核专员、客户沟通专员、报告撰写专员等。另外，一些岗位可能会被机器替代，最终建立一条半自动化和全自动化产线。

③数据技术支撑方面，和传统制造业不同，服务行业要解决的是非标的流程，要实现数字化需要全新的技术作为支撑。增强分析将是未来科锐的重要杀手锏，数字资产安全等方面也很重要。首先，增强分析是非常强大的一项技术，能够帮科锐通过数据分析业务模型，了解如何改进业务获得更好的效果，这也是目前各大互联网公司正在完善的技术。其次，对于未来的产业互联网发展、公司一线的决策权下放，都会面临数据安全问题。目前科锐也大力投入身份认证等一系列数据安全举措，确保数据资产安全。

3、数据的规模效应显著，供给端看人才库激活度，需求端关注 CRM 客户端，做自身交付能力强&市场需求旺盛的岗位。现在流行“数据资产”的概念，从人力的供给端来看，最重要的资产是人才，人才库的容量、鲜活度、数据的激活度十分重要，比如一个十年前求职的人在人才库中就不算是资产。科锐通过私域流量、禾蛙、自动短信、电话等措施，能实时了解到求职者“正在找工作”的举动，构建拥有强活跃度的人才库，从而实现与企业客户招聘需求的匹配。对于供需比很低的市场，科锐不感兴趣，科锐希望挖掘的是市场需求相对多、需要更强交付能力的市场。不断积累数据，形成数据的规模效应，实现精准的预测。这就像地图软件一样，在一条路上开车的人使用这一软件的越多，那么地图软件对于路况的反映就会越准确。

上层转型需要底部架构支撑，科锐设有业务产品部、协同产品部、技术中台部、公共支持部、信息安全部，未来会加大数据专业的人才投入。

董事会秘书、财务总监陈崧女士：

主要分享科锐在五大快速增长路径下的财务指标表现情况。

大客户驱动方面，20 年客户留存率 70%，十年以上老客户占比 32%，50 强客户贡献 50% 的收入。

五大商圈方面，2019 年整体收入中，北上广深一线城市收入占比 80%，非一线占比 20%；劳动力方面，一线劳动力占整体白领市场的 20%。科锐从 19 年开始加大五大商圈的管理，20 年一线城市占比 76%，非一线城市增长了 4 个点，占到 24%。

技术驱动方面，20 年猎头每月人均顾问 0.8 个 offer，今年通过中后台赋能贡献以及禾蛙协作生态平台，达到每月 1.3 个 offer。每月人均 0.5 个 offer 的提升，其中的 0.4 个来源于组织结构和内部的技术赋能，通过精细化分工和科技追踪，能够快速识别优秀顾问的行为特点，并加以推广；剩余的 0.1 个来自于禾蛙协作生态平台。

全球化布局方面，一带一路为中国企业大概解决了 34 万的岗位就业，其中 20% 属于中高端岗位，至少有 6.8 万个岗位。近几年，科锐在一带一路的项目中交付了 3000 多个岗位，未来还有巨大增长空间。

伙伴协同方面，未来希望赋能禾蛙，把应用中台接入上去，资源整合，让其达到与科锐后厂一样的交付成果，科锐学院也正在积极筹备。科锐将许多应用中台功能放到了禾蛙平台上，比如用 TM 系统，①即时通知，比如定时提醒接单后及时推送简历、收到简历后及时给予反馈，提高流程效率；②猎头，注册后，可以给自己打上三个最擅长的岗位的标签；③小蛙推荐：候选人标识自己擅长的岗位后，平台立刻推荐与能力相匹配的岗位。禾蛙也是此次定增的项目之一，2021 年第一季度科锐测试禾蛙的各方面性能，包括开放的 API 接口、流程的打通、激励的计算。目前平台上拥有 280 名外部顾问，平均每天在线 4 小时，累计完成 100 个 offer；对比科锐猎头后台，大约有 130 人，每月完成 140 个 offer。科锐希望通过禾蛙赋能人力资源猎头招聘，通过禾蛙的计时工具、人岗匹配、数据库，最终实现和科锐后厂一样的交付效率。在赋能禾蛙的过程中，科锐也会获得额外的边际收益，在整个行业塑造一个良好的财务模式。其次，科锐学院在积极筹备中，科锐学院赋能禾蛙平台上的企业，加强整体

的流程管理、激励的设置、人才梯队的培养，整体提升运营效率。

科锐的长期发展要实现幂次方的增长，需要变革模式，把赚取的额外利润投入技术产品中，预计再过三年，技术产品能赋能传统产品，实现转型升级。**2021 年科锐的定位由“以技术驱动的整体解决方案供应商”，改成“以技术驱动的整体解决方案平台”。**这也是科锐本次定增的核心，希望将公司从供应商打造走向平台打造，募资不超过 7.6 亿。本次定增的核心内容以及未来募资使用用途是，2 亿用于补流，2.3 亿用于内部信息化建设，3.3 亿元投入外部合作的 4 个数字化转型平台，投入到技术中积极转型。目前公司向特定对象发行股份相关工作正在有序推进中，预计 7 月底完成发行工作。

【问答环节】

Q: 科锐做国际化的优势？

A: 据人社部统计，中国有 3.9 万家人力资源企业。科锐国际的国际化能力可以说是其中最强的。因为中国人力资源行业起步晚，而公司在 2004 年就收购了新加坡的 BOSS（目前公司子公司 CAREER INTERNATIONAL -FOS PTE.LTD.）。公司目前海外业务团队有 300 人，去年外海业务收入十几个亿。海外收入较前年小幅下降，主要是受去年疫情的影响，公司海外最大的市场英国疫情反复。在这十几年里公司积累了很多海外市场的经验，包括对国际化的理解、对管理能力的建设。公司的海外策略实际上是通过这十几年经验积累形成的，这里称之为借买，也就是三个路径，一是跟别的公司合作，二是把它买过来，三是自己建。

在自己建的时候，就需要有员工。比如公司的东南亚团队，实际上就是公司自己的员工输出。今天看来公司是具有自己建的能力的。然后就是自己买。公司有买错的时候，也有买对的时候，但是还没有开始大买。以某人力资源世界头部公司为例，前 40 年是没有人关注的，最近十年才有人关注。因为这十多年它上市了，上市后它买的更快。它不只买技术，它还是 51job 的第一大股东，它买的能力很强。在技术领域，它买了美国最好的搜索引擎，也就是 indeed 的搜索技术；它还买了点评技术做得最好的 Glassdoor。在服务领域，它买了澳洲第一大的人力资源派遣外包企业。其以招聘流量为入口，有很多地方值得科锐学习。

Q: 各类产品比较多，平台化如何实现协同性？

A: 对于产品, 公司有一个 721 的投入比, 721 里面不同人力投入的标准不是完全一样的。科锐的产品看起来比较割裂, 但实际是围绕一个单个的模块往下发展。这和很多公司的业务中台是一样的, 比如阿里的业务中台, 发展的时候都是小规模地向不同方向发展, 发展到一定阶段后就标准化把它们合在一起。现在让不同的产品分开发展, 发展好了就合在一起, 这样的速度最快。

Q: 疫情之后行业有哪些变化, 公司将怎样应用这些变化?

A: 疫情之后所有行业都在反弹, 各个行业用工需求都在增加, 一些新的行业发展迅速如智能汽车, 用工需求快速增长。行业对人力资源的需求变得多样, 很多行业在快速发展中对一些岗位的需求存在不确定性, 支持灵活用工业务的发展, 2021 年第一季度科锐国内灵活用工收入端增长近 90%。2018 年底公司外包人数 9,000 余人, 2020 年底达近 2 万人, 今年有望达 3 万人。公司达到第一个 1 万人用了十年, 第二个用了 2 年, 第三个可能只用 1 年, 这都是由于技术赋能组织结构的能力提升以及生态的协同共用。科锐现在做的事情无论是技术中台、技术驱动都聚焦在招聘能力的快速发展, 这将是我们的竞争优势。另一个未来竞争的核心关注点就是管理能力。公司关注未来客户的发展, 让更多的产品站在客户端, 深度链接客户, 围绕客户关系打造公司的能力, 这是一个长久积淀的过程。

Q: 除医药板块外, 未在在哪些领域会有比较好的增长点?

A: 科锐选择一些重要行业来提供服务, 在互联网和高科技领域布局快速, 还布局了新能源、工业制造比如风电上下游等领域。除行业外, 公司还重视岗位这条业务。以 SAP 为例, 公司的目标是以后把全国百分之八九十的顾问外包业务都占有。这样做不仅会有数量优势, 还会有更高的效率, 这在外包业务后期是非常重要的。

Q: 未来对各个业务线条的规划如何?

A: 科锐以猎头起家, B 端业务比较强, C 端属性不是很好, 希望把流量建立起来。通常业务, 公司关注日活; 对于禾蛙, 关注伙伴数、伙伴质量等; 对于 SaaS, 关注活跃用户数。只关注追踪几个核心指标, 直到这些指标可以达到和这个领域当中, 专门做垂直的细分市场差不多的程度, 这些指标与内部业务的协同性也很重要。

Q: 如何看待科锐长期的竞争对手?

A: 中国目前的人力资源市场虽然很大, 但是发展历程短, 市场又高度分散, 国际市场有很多令人尊敬的同行公司都跑出了自己的独特模式, 中国的人力资源科技又

	刚刚开始，未来想象空间很大。目前只能说未来最大的竞争对手是公司自己。
附件清单（如有）	无
日期	2021年5月12日