

证券代码：300773

证券简称：拉卡拉

拉卡拉支付股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20210513001

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（ <u>请问文字说明其他活动内容</u> ）
参与单位名称及人员姓名	高盛、兴业证券、瑞银资产管理、中信里昂、Millennium、人保资产、平安养老、上海通雍、平安证券、上海宁泉
时间	2021年4月14日—2021年5月11日
地点	上海
上市公司接待人员姓名	副总经理兼董秘 朱国海
投资者关系活动主要内容介绍	<p>Q：请介绍公司一季度至全年的经营情况以及2021年投资者大会的会议精神</p> <p>A：一季度支付及科技服务收入保持良好的增长态势，收入增长均超50%以上。投资者大会主要与投资者交流公司战略及业务布局：建立起“支付、科技、新零售”多维度的商户服务体系，即以支付为核心，围绕支付上下游生态圈包括商户、用户、银行、金融机构、卡组织等为中小微企业经营赋能。主要业务板块：一、支付业务：1. 打造支付生态。2. 加大跨境业务的投入以及发展。3. 抓住数字货币发展机遇。二、科技服务：商户 SaaS 服务，以入口级的全能支付解决方案为基础，形成面向商户、企业、跨境电商、银行等 SaaS 服务体系。三、新零售：针对零售门店用户，搭建了云分销 SaaS 平台，广泛对接区域性、全国性的供应商，为门店商户提供货品线上采购、配送等服务，降低门店采购成本，同时结合云小店产品提供的</p>

店面管理、经销存、会员营销等管理功能，形成的供应链 SaaS 解决方案。

Q: 请介绍下今年表现较突出的业务板块

A: 一、支付业务板块：一季报数据表现亮眼，交易规模比去年同期增长 80%以上。二、科技服务板块：1. 公司不断完善科技服务板块产品体系，根据业务属性，清晰明确收入确认方式。2. 从增长角度看，商户、企业、金融机构 SaaS 服务自去年下半年以来开始发力，带动科技服务板块实现新的增长。三、新零售业务：目前尚在试点阶段，从试点情况来看保持良好的发展的态势，团队很有信心。

Q: 请拆解下 2020 年交易规模增长由哪些方面构成，增长的驱动因素是什么

A: 2020 年交易规模增长的构成：银行卡交易规模同比增长 36%，扫码交易规模同比增长 23 %。 增长的主要驱动因素是：1. 加大新产品开发和投放力度。2. 打造扫码产品体系，并于账户侧、商业银行、清算组织、第四方服务商等合作开展扫码业务，巩固扫码业务的市场领先地位。3. 积极布局数字货币、卡组织合作以及跨境支付业务。4. 打造“产品+推广+生态”的推广服务体系，形成强大的营销推广、行业合作、服务商户的能力。

Q: 单笔较大金额交易量的增长趋势

A: 公司在全国各地设有分支机构，商户结构以中小微企业为主，同时，扫码业务的持续的发力，以及今后数字货币推广都会促使交易笔数和交易规模增长，而不是仅仅是单笔较大金额交易量的增长。

Q: 一季度以来手机 POS 推广的情况以及收入比重对公司的影响，公司海外收单业务今年及未来三年机会在哪

A: 1. 手机 POS 交易规模增长比较稳定，一季度月均交易规模 5 亿，主要与华为合作，目前与其他头部手机厂商也在洽谈，产品客户群体为小微商户。2. 海外业务：（1）主要在日本开展条码支付业务。去年已经与日本的政府部门和合作商户达成合作意向，针对东京奥运会，开展条码支付业务，因为疫情受到影响。（2）未来机会主要：一是为跨境业务，为跨境电商提供跨境首付款和其他服务。二是海外收单，从条码支付到银行卡收单，

包括与手机厂商、卡组织共同合作开展场景支付。

Q: 2021 年支付交易量、二维码及传统支付业务预计会怎样?

A: 从一季度情况来看，支付交易量同比增长态势较好。

Q: 公司一季度扫码业务和银行卡业务的增速情况分别是怎样?

A: 银行卡业务增速较快于扫码增速，一季度支付总体交易金额、银行卡交易金额、扫码交易金额同比增长均超过了 80%，扫码交易更是超过了 100%。

Q: 支付行业的竞争格局，费率趋势是怎样的?

A: 目前我国的手续费率处在很低水平，近期内不会有较大变化，长期看也有上升的可能性。

Q: 公司在获取收单商户方面采取的措施有哪些?

A: 获取收单商户是公司业务重心。1. 在全国各省、市以及主要的二级城市均设置了分支机构，形成产品+生态+推广的服务体系，与全国各地商业银行业卡组织、拓展服务机构、连锁品牌行业客户加强营销推广合作;2. 通过不断加大业务开拓和产品驱动获取商户。2020 年开发了蓝精灵、小微便携 POS、手机 POS、面向行业、平台类客户提供聚合线上线下统一支付、资金结算、报表管理以及自建账户体系的 SaaS 解决方案，推出收银机+后台 SaaS 软件搭配的“云小店”产品等;3. 布局数字货币，拥有数字人民币先试先行的先发优势，通过数字货币发展商户并在央行数字货币受理环节发挥主要作用;4. 通过完善扫码产品体系，与银行、账户方、服务商等合作，获得小微商户，提升扫码业务市场地位。

Q: 科技业务板块最有前景的业务是哪些，银行合作还是 SaaS 业务?

A: 1. 面向商户的 SaaS 业务; 2. 面向中小银行输出系统能力解决方案，基于自身支付技术及运营经验，为中小银行提供云收单系统、输出系统解决方案、以及提供专业化服务等; 3. 面向卡组织的合作业务，通过与全球卡组织合作，提供推广运营服务;

Q: 科技服务业务的增长对整体的利润率贡献有多大?

A: 公司定位于“以支付为切入，整合信息科技，服务线下实体，全维度为中小微商户经营赋能”的经营战略。科技服务作为公司重点的发展战略，近两年来看科技业务的增速已超过支付业务增速。收入及利润占比大幅提升，毛利率水平也超过支付业务。

Q: 未来公司在股东回报政策方面有什么新的举措，回购是怎么考虑的

A: 公司重视股东回报，公司财务表现良好，现金流充沛，收入均为现金，母公司层面几乎没有应收账款和有息负债，账面资金充足，未来会按照公司分红政策，确定利润分配方案，回报投资者。

关于回购公司主要基于以下两点考虑：1. 基于对公司业务发展资源投入的需要，包括人才方面的投入，用于公司激励团队。2. 股价对股份回购较为有利。

Q: 后续是否还会持续进行股份回购

A: 目前，公司股份回购已实施完毕，总额度 6 亿元。后续是否会有回购，要看公司经营发展和资本市场情况的需要。

Q: 请问贵公司跟支付宝、微信、还有移卡，是竞争还是合作关系？

A: 支付产业链主要有账户侧、收单侧和清算侧这三方面的角色；账户侧主要承担和发挥账户的功能，收单侧主要就是商户的收单，帮助商户能够实现各种各样的收款受理，由第三方支付公司来做，中间还有清算侧，银联、网联清算机构。微信和支付宝有账户侧的角色，公司与微信、支付宝是合作关系，2020 年公司交易量中有近 8000 亿交易量是微信、支付宝账户的交易量。移卡同属于第三方支付机构。

Q: 商户可以直接用微信和支付宝，为什么还需要用你们的服务呢？

A: 对商户而言，需要通过各种支付终端、码牌等受理载体完成收款，我们与微信支付合作，帮助商户实现微信、支付宝账户的收付款。

Q: 商户的增长还有很大的前景吗？还有银行卡支付、扫码支付分开来说的话，还有增长的机会吗？

A: 第一个问题，我认为商户是动态发展的，尤其中小微商户，一些会

经营不下去或转行了，但随着经济和人口的增长，大量新商户又会出来。在这个过程中，更重要的是你会拥有多少商户，新的商户进来能够把握多少，所以从这个角度讲，公司应该做产品、做服务、去创新，去抓住这个市场。第二个问题，从支付的角度，我觉得支付是一个持续增长的产业。除非整个经济陷入了危机或萧条的周期，大家都不消费不生产了，支付的交易量会下降，在正常情况下，哪怕是在经济波动的过程，支付也会正常进行，所以支付是一个很确定的一个持续增长的一个市场。另外，从支付方式的来说，未来可能还面临着因为技术、创新、政策的原因，导致行业格局发生变化，比如说数字货币的出现，它不仅会改变行业格局，还会改变商业业态。

Q: 既然这个行业的变化要看这个科技方面和监管方面的改变，那你们是怎么准备应变这些改变的？

A: 公司经营战略就是要解决企业不断地适应行业变化、满足用户需求、从而实现可持续成长这样一个课题，我们在具体的措施方面：1. 加强技术研发投入，加快业务转云和产品 SaaS 部署，加大数字化经营力度。2. 加大产品创新，新产品投放，我们每年都在推新。3. 小微商户市场，我们不断地打造完善扫码的产品体系，与生态圈各方合作，巩固市场地位。4. 积极布局数字货币，一年多来，我们从人、财、物等方面投入了不少资源，积极按照央行部署开展数字货币的试点工作，包括与数币所、运营机构的合作，进行系统对接，数币试点，冬奥会受理环境建设，以及我们自己内部做一些数字货币的创新应用研发。5. 跟国际卡组织的战略合作。

Q: 您认为监管层对数字货币的期望是怎么样，对你们这些支付公司的影响是怎么样，他们会不会希望推动你们去某一种方向呢？

A: 期望的话，个人认为央行表达的已很充分，既有战略层面高度的，考虑到未来整个全球数字货币运行和人民币国际化的问题，也有现阶段数字货币要实现的目标。央行当然希望我们运营服务机构能够去大力的去推广，而且试点的范围和力度在不断扩大，近期，我们除了参加冬奥会的数币受理环境建设外，目前正在配合北京、上海等地做新一轮数币试点推广

活动。

Q: 如何在商户推广数字货币?

A: 第一我们推出的所有终端都进行了升级改造, 能够受理数字货币, 第二对我们所有商户做数字货币受理终端的改造。

Q: 展望一下未来的话, 现在移动支付这个领域可能是阿里、腾讯还是占在这个市场 80%份额, 您感觉未来这个数字货币能占到整个份额的多少比重?

A: 数字货币的推广, 它肯定会改变支付的行业格局, 以及商业业态。

Q: 目前数字货币已经推行 1 年多了, 请问目前央行数字货币和传统的二维码或者是银行卡的比重怎么样?

A: 现在数币还在试点阶段, 主要靠各级政府部门发红包等方式发行数字货币, 所以交易量还很小。

Q: 您感觉未来会用什么样的模式会推广数字货币?

A: 这个很简单, 数字货币是法定货币, 在保证运行稳健、安全的情况下, 从发行到流通, 到兑付到受理, 会快速推广, 举一个简单的例子, 通过薪酬投放一部分数字货币, 推广和普及会很快, 会有很大的乘数效应。

Q: 如果未来不只是银联商户和拉卡拉能做数字货币的收单机构, 我们的优势在哪里?

A: 目前在我们在数字人民币方面的优势总结就是“早、快、好新”四个字。1. 早: 公司最早成为首批与中国人民银行数字货币研究所签订战略合作协议的两家支付机构之一; 2. 快: 目前我们已经把六大运营机构链条全面做通, 已经能够全面受理数字货币; 3. 好: 我们现有一系列的产品都已经全部改造完成, 能够受理数字人民币, 所有产品的功能在目前也都是非常好的; 4. 新: 创新的支付产品, 数字人民币的手环, 还有区块链的一些业务, 加上数字人民币相关创新产品的研发已经在紧张有序进行。

附件清单
(如有)

日期	2021年5月13日
----	------------