

证券代码：300454

证券简称：深信服

深信服科技股份有限公司投资者关系活动记录表  
(瑞银证券交流会)

编号：2021-003

|               |  |
|---------------|--|
| 投资者关系<br>活动类别 | <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><input type="checkbox"/> 现场参观<br><input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）   |
| 参与机构名称        | 主持人：瑞银证券张维璇<br>BEA Union Investment Management Limited (P), HK; Binyuan Capital (P), China; BNP Paribas Asset Management (P), France; Brilliance Asset Management Limited (P), HK; Causeway Capital Management LLC (P), USA; China Asset Management Co Ltd (P), China; DWS Group (P), Germany; Dymon Asia Capital (P), SG; FountainCap Research and Investment Co Ltd (P), HK; Green Court Capital Management (P), Hong Kong; HSBC Global Asset Management (UK) Limited (P), UK; Indus Capital Partners LLC (P), New York; Johcm Pte Ltd (P), Singapore; Janus Henderson Investors (P), UK; JQ Asset Management Company (P), China; Khazanah Nasional Bhd (P), Malaysia; Maxwealth Fund Management Co Ltd (P), China; Millennium Partners (P), USA; Mondrian Investment Partners Ltd (P), UK; New Silk Road Investment Pte Ltd (P), SG; Open Door Investment Management Ltd (P), KY; Robeco Group NV (P), Netherlands; Schonfeld Strategic Advisors LLC (P), USA; Shanghai Mega Trust Investment Co Ltd (P), CN; Sumitomo Mitsui DS Asset Management (P), Japan; TAMAC (P), UK; Tiger Global |

|               |   |
|---------------|---|
|               | Mgmt LLC (P), USA; UBS; Visione Asset (P), China; Willing Capital Management Limited (P), HK。   |
| 时间            | 2021年5月25日下午15:00-16:00   |
| 地点            | 电话会议  |
| 上市公司接待人员姓名    | 深信服科技股份有限公司董事会秘书蒋文光   |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>深圳证券交易所于2021年5月24-28日举办深圳证券交易所“全球投资者服务周”之“在线走进上市公司”瑞银证券活动。应深圳证券交易所邀请，深信服科技股份有限公司（以下简称“公司”或“深信服”）积极响应，于2021年5月25日与瑞银证券分析师、及瑞银证券邀请的境外投资机构相关人员举行电话交流会。</p> <p><b>第一部分：应瑞银证券分析师要求，公司董事会秘书简要介绍了公司创业及发展二十余年历程，当前的业务板块和主要产品，以及2021年战略变化</b></p> <p><b>第二部分：董事会秘书与参会者进行了问答交流，相关记录如下：</b></p> <p>1、公司三大业务协同效应如何？在销售渠道上是否有协同？</p> <p>答：资源协同方面，网络安全和云计算的底层研发资源、销售资源也是互用的；基础网络及物联网业务由全资子公司信锐网科开展经营，他们有相对独立的研发和市场团队，但许多渠道资源也是复用的。</p> <p>业务协同方面，可以看到已在向越来越多的中等规模用户提供包含基础网络、安全、云计算、存储等一体化的数据中心整体方案。基础网络、网络安全和云计算形成的数据中心整体方案逐步成为我们面向中等上下规模用户的竞争力之一。</p> |

2、国外私有云厂商面临较大的来自公有云厂商的竞争压力，怎么看待国内的私有云市场的竞争？

答：区别于海外市场，国内市场环境和客户需求具有一定特殊性，从我们了解到的客户需求情况来看，许多客户还是比较在意自身数据和业务的控制权，再加上一些行业有较为明确的监管要求，他们对于全部业务和整个数据中心运行在第三方云服务平台还是会有一些担忧，因此，我们判断私有云未来在中国仍存在广阔的市场空间。此外，对于部分大中型客户来讲，他们也不希望被一家或个别云平台厂商所绑定，因此，我们预计未来异构的混合云会是一大趋势。

3、此前公司一直主推软件，但去年下半年也开始逐渐卖硬件，公司是怎么考虑的？

答：公司是一家软件公司，优势还是在软件，我们也不希望成为一家转卖硬件的公司。我们云计算业务之所以放开硬件销售限制，主要还是依据客户自身需求所做出的调整。虽然我们云计算软件和硬件是解耦的，客户可以只采购纯软件，但还是有较多客户提出了软硬一体化交付的需求，因此，我们云计算的销售策略也从最开始鼓励卖纯软件，逐步转变为不再限制硬件的销售。

4、今年深信服云计算业务重点在托管云，那该业务现在进展如何？是否有制定什么目标？

答：对于深信服托管云业务，可能外部有误读。公司把托管云业务作为云计算战略的重要方向，并不是说公司今年云计算业务就依赖托管云了，托管云只是我们面向未来的战略方向之一。托管云业务目前体量还较小，预计今年云计算业务的收入仍然主要来自于超融合、桌面云等相对成熟、市场接受度较高的产品和方案。

对于托管云，公司当前主要还是就方案不断打磨，和合作伙伴一起对这种业务模式不断去探索和调整，更看重的是托管云未来 3-5 年甚至更长时间内给公司带来的长期增长可能性。

5、目前什么类型的客户对托管云的接受度更高一些？

答：目前，已有客户数量并不多，样本数量有限，还是处在探索阶段。我们希望能尽快找到广泛认可的行业客户群。

6、今年的人员规划是怎样的？

答：我们预期今年公司员工总数增长幅度在 20%-30%之间。

7、能否提供更细分的产品收入数据？超融合、桌面云在云计算业务占比是多少？产品和服务在安全业务占比是多少？

答：如公司 2020 年年报所示，单个产品收入占公司整体营收 10% 以上的产品分别是超融合、桌面云、全网行为管理、下一代防火墙。若要进一步了解公司产品的具体收入数据，可以去查询 IDC 的报告，我们提供给他们的产品收入数据都是真实数据。

目前，超融合和桌面云收入在云计算收入占据主要份额，二者收入绝对值也比较接近。而安全业务收入目前主要还是来自于安全产品，安全服务业务收入占比不高；单产品线中收入占比最高的是下一代防火墙，第二高的是全网行为管理。

8、如何看待网络安全市场的需求？和往年相对，今年市场是否有明显变化？

答：目前来看，等保 2.0 等安全合规建设需求、企业数字化转型过

程中保护业务的安全建设需求、频发的安全事件驱动的安全建设需求，都给国内网络安全行业长期发展提供较好需求支撑。但较好的市场前景也吸引了更多的市场参与者，比如传统的大型 IT 厂商和互联网头部厂商等，因此公司除了面临传统网络安全同行的竞争，还将直面 IT 行业寡头和互联网巨头的竞争。

#### 9、销售费用率近几年逐渐降低的原因？

答：深信服销售费用占比较网络安全同行高，主要是因为公司给市场团队提供的薪酬水平（含股权激励费用）相对安全厂商要高。销售费用率近几年逐渐降低，主要是因为随着公司产品线增多，市场人员可销售的产品也在不断增加，单个市场人员的人均销售额逐年提升，因此，销售费用率逐年降低。另外，2020 年销售费用率降低还因为受疫情影响，公司一定程度上控制了销售人员增长，许多市场活动取消或改为线上举办。

#### 10、新成立 ISV 和大客户部，是否意味着未来政府和国企客户会更多？

答：外界对于公司客户群有误读，以为公司仅有中小客户，但其实，过去我们也有不少大客户，例如国家各部委、主要头部金融机构、运营商、央企等都是我们客户，只不过过去我们销售给前述大客户产品主要是 VPN、上网行为管理、防火墙等，主要还是依靠渠道或集成商，对这些大客户而言，深信服的产品属于比较比较成熟的标准品，和客户业务的关联度并不大，公司没有真正深入大客户业务、给客户业务开展带去的价值不大。成立 ISV 和大客户部后，未来我们自己的市场人员，包括售前人员、技术支持甚至研发人员，会更深入这些 ISV 和大客户的业务中去，更好地匹配这些客户的业务需求，和合作伙伴一起更好服务于客户。

11、未来哪些产品的市场潜力较好？

答：市场潜力要分中期和长期。网络安全方面，根据 IDC 报告，深信服 2020 年国内市占率排名第一的还是 VPN 和全网行为管理产品，排名第二的是下一代防火墙和应用交付产品。公司希望下一代防火墙能在 UTM 品类市场份额排名里能更进一步，毕竟防火墙是网络安全品类中规模最大的细分产品；同时，公司还希望通过创新产品功能、提升产品品质来扩大应用交付市场份额，尽快赶超国际厂商。态势感知品类国内竞争比较激烈，短期内我们想成为市场第一有较大难度，但我们同样希望通过创新产品功能、提升产品品质逐步扩大市场份额。此外，我们比较看重终端安全 EDR 产品，从 IDC 市占率排名看，现在离第一名仍有较大差距，需要进一步努力。去年公司国内首家发布了 SASE（安全访问服务边缘）—— Sangfor Access，我们希望借助先发优势，打造良好的客户口碑，从而提升该业务的营收规模。在安全托管服务 MSS 方面，我们希望以人机共智理念驱动的安全运营模式，为用户提供更能保障安全效果的持续性标准化安全服务，从而赢得客户青睐。

云计算方面，依据 IDC 报告，2020 年深信服超融合软硬件产品国内市占率排名前三，桌面云 VDI 客户终端国内市占率排名第二，随着这两条产品线日趋成熟，我们希望用户口碑进一步提升，市占率进一步提升。企业级分布式存储 EDS 是公司较为看重的产品，虽然该产品目前暂未获得令人满意的市场份额，但公司 EDS 产品优势在于通过软件定义最大化激发硬件潜能，有效控制成本的同时能提供足够的性能，希望该优势能被越来越多的用户认可。

12、往后新的产品要靠什么去推广？深信服本身的品牌效应还是客户关系？

答：我们坚定认为新产品要获得较好的成绩，首先在于产品本身的竞争力，这种竞争力第一体现在创新产品功能上，即要打造真正能满足客户需求功能的产品；第二体现在产品质量上，实事求是地讲，过去我们的产品质量并不让人满意，公司今年的首要战略就是提升产品品质。只要产品功能能真正解决客户问题、满足客户诉求，产品和服务品质得到市场认可，再叠加我们广泛的渠道网络优势，我们认为产品在市场成功是水到渠成、顺理成章的事情。

13、目前阿里和华为等大型云厂商也在做私有云和混合云业务，深信服与他们是竞争还是合作的关系多一点？

答：目前主要还是错位发展，直接的竞争并不多。未来我们希望是良性的竞合关系，但属于何种关系并不单纯取决于我们自己。

14、私有云毛利率是否比公司整体云计算业务毛利率低？大概是什么水平？

答：云计算业务整体毛利率在 40%-50%之间，云计算业务以超融合和桌面云为主，两者毛利率差异不大。

15、公司是否有对今年收入的指引？分客户来看，政府和企业端的收入今年有没有什么趋势？

答：就行业实际情况而言，很难给出具体的业绩指引，我们也不想给出不准确的业绩指引误导资本市场和投资人。我们严格按照上市公司信息披露要求发布相关公告，最终的业绩数据需等全年结束后才可知晓，可以关注我们的相关公告。虽然目前市场需求较为旺盛，但竞争也非常激烈，行业需求并不等于公司业务增长趋势。

|              |   |
|--------------|---|
|              | <p>16、腾讯投资公司后？后续会有什么实际性的合作吗？</p> <p>答：去年腾讯参与我们定增的金额并不大，所持股权占比也低，就我个人感受而言，该投资对他们重大业务决策的影响极其有限，因此投资者不必过度解读腾讯对公司的投资所带来的影响。我们内部一直认为，公司要想真正获得市场认可，还是需要依靠自身产品、服务、解决方案的竞争力，而不是靠“抱大腿”来实现。</p> <p>17、公司认为像 SASE 这样的 SaaS 收费方式能不能被市场接受？</p> <p>答：SASE 业务是公司非常看重的战略业务，公司内部负责 SASE 的业务部门持续调研需求，从目前来看，是存在真实需求的。当然，产品也一定会随着接触用户越来越多持续迭代和改进，相应通过 SASE 团队的努力，会得到越来越多用户认可。</p> |
| 附件清单<br>(如有) |   |
| 日期           | 2021 年 5 月 25 日   |