

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  
(2022年4月分析师交流会)

编号：2022-001

投资者关系活动类别	<input 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	兴业证券、天风证券、中金公司、中信证券、方正证券、招商证券、摩根大通证券、东方证券、国泰君安证券、申万宏源证券、广发证券、安信证券、国信证券、海通证券、国金证券、平安证券、中国银河证券、华泰证券、信达证券、瑞银证券、中泰证券、中信建投证券、首创证券、华创证券、中银国际证券、汇丰前海证券、华福证券、光大证券、华西证券、申银万国证券、浙商证券、国元证券、德邦证券、财通证券、民生证券、中原证券、开源证券、万联证券、长江证券、红杉资本、嘉实基金、高毅资产、博时基金、天弘基金、施罗德投资、平安资管、银河基金、富国基金、淡水泉投资、西部利得基金、中欧基金、华夏基金、国投瑞银基金、博道基金、上银基金、方圆基金、宝盈基金、汇安基金、锐方基金、上海和谐汇一资管、永赢基金、睿远基金、明河投资等券商行业分析师及相关投资机构的人员共 200 余人
时间	2022年4月28日下午15:00-17:00
地点	公司总部会议室（网络形式）
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、副总经理蒋文光 证券事务代表王思阳

	证券事务部工作人员
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司证券事务代表王思阳女士向参会人员介绍了公司 2021 年度及 2022 年一季度财务指标情况、主要产品情况、社会责任履行情况。公司董事会秘书蒋文光重点介绍了公司 2022 年度经营计划及发展展望,分析了当前经营和发展中存在的困难和挑战、战略演进和管理改进方向,并回答了相关参会者所提出的问题。相关问题和答复如下:</p> <p><b>1. 2022 年第一季度公司营收增速不理想、净利润同比有较大幅度下降的主要原因是什么?</b></p> <p>答: 2022 年第一季度公司营收增长乏力主要是因为公司安全业务同比负增长。公司网络安全业务占比高,支撑着较高的毛利,安全业务增长乏力对公司整体经营数据影响很大;云业务整体保持了比较稳健的增速。</p> <p>2022 年第一季度,疫情对公司业务带来了较大影响,影响了下游客户的招标采购计划和公司业务拓展,尤其是 3 月份深圳、东莞等地的疫情,导致公司 3 月份原材料的采购、生产、发货和交付受到很大影响。</p> <p>2022 年第一季度,公司三费(即研发费用、销售费用和管理费用)同比增速均在 20%以上,但这部分投入却没有带来短期收益,主要是为了加快战略业务的布局而带来的人员大幅扩张以及薪酬福利的费用上涨。同时,缺芯导致原材料上涨,而公司市场策略并没有及时调整面向渠道伙伴和客户端的价格,也导致综合毛利率下降。</p> <p>综上,一季度疫情既影响了下游采购计划和业务拓展,也影响了公司生产、发货和交付,因此,公司一季度营收基本无增长;各项费用仍大幅上涨,且毛利率下降,最终导致一季度净利润同比大幅下降。</p>

**2. 2021 年公司网安业务表现较差，尤其是政府及事业单位增速较低。公司如何看待未来网安业务的发展？**

答：2021 年一方面主要是公司对行业客户需求的洞察不够准确，导致公司按照惯性在政府和事业单位等部分行业客户投入较多的资源，但是受外部环境以及我们产品质量提升不明显、未能很好的满足客户需求等因素的影响，有限的资源未能实现收益最大化。另一方面，公司 2021 年在市场端向托管云等创新业务方面投入了大量的资源，也间接导致了对传统网安业务的投入力度有所欠缺。

从中长期来看，我们认为网络安全行业的需求持续向好。一方面，随着各行业客户数字化转型的推进，网络安全防护将是所有客户的必选项；另一方面，随着整个网安行业攻防对抗进一步加剧，我们认为客户的网络安全需求还是会持续增长，但客户对网络安全的投入在一定程度上也会受到经济大环境的影响。

**3. 2022 年一季度公司主要是哪些原材料缺货，公司主要的原材料供应商主要位于哪些区域？预计 Q2 是否会有好转？**

答：公司缺货的原材料主要是网安产品中的网卡以及设备电源中的芯片。公司主要的原材料供应商位于深圳、东莞、昆山以及海外。其中网卡的供应商主要来自海外，受厂商产能不足、整个芯片大环境尚未完全恢复以及因疫情封控导致的物流问题影响，导致部分原材料供应不及时，影响了公司产品的交付。目前来看，原材料紧缺的情况有望在二季度逐步缓解。

**4. 2022 年公司在组织架构重点业务领域方面有哪些调整与布局？公司 2022 年分业务板块的整体经营策略是什么？**

答：在组织架构方面，公司在 2022 年成立了跨 BG（业务单元）的战略统筹和协调组织，统筹大云和大安全业务战略规划和战

略执行。

具体而言，大安全业务方面，公司会持续的推动云化、服务化的业务模式，加强线上线下的融合，并且进一步提升产品质量和产品竞争力，致力于向上突破更多的行业头部客户。云计算业务方面，公司将进一步加大大云内部业务的融合以及云和安全的融合。

**5. 公司今年在云和安全这两块业务的策略重点是什么？是否有新的想法或思路？会如何平衡云和安全这两块业务的协同作用？**

答：今年公司在坚持云化、服务化转型方向的同时，也要兼顾好安全业务。公司的安全业务尤其是安全产品，是非常重要的毛利以及现金流的来源，所以今年我们的重要的经营目标是让网安业务可以重回稳健增长的轨道。云业务方面，公司将致力于打造核心产品和解决方案的质量和竞争力，以及补齐我们在运维上的短板。

**6. 公司近两年一直把产品质量作为战略的第一目标，是否有具体的案例能够体现公司产品提升的效果，以及未来公司在产品品质方面希望达到什么样的目标？**

答：公司衡量产品质量的提升主要有两个硬指标，一是产品能否向行业头部客户推广。比如下一代防火墙、上网行为管理、应用交付及桌面云等产品，我们目前敢往行业头部客户的关键生产场景去推广，就是一个真正的进步。二是产品在国际市场能否得到认可。国际市场的竞争，最主要还是靠产品的竞争力。2021年，海外疫情仍很严重，公司的国际业务订单（非财务报表确认的收入）仍有较快的增长，从这个角度来看，也在一定程度上体现了公司产品质量和竞争力的提升。

**7. 公司的战略转型是否意味着会 all in 云化？**

答：在云化及服务化的同时，公司关注产品加服务化，以及线上线下的融合。无论是安全业务还是云业务，并不是我们有了 XaaS，我们的超融合、分布式存储和安全产品就不发展了。我们还是希望打造产品加服务以及线上线下融合的解决方案。

**8. 在云化及服务化方向转型过程中，公司如何去平衡对于渠道的利益分配及激励机制？**

答：公司已经在积极探索对于渠道的管理和激励措施，包括采用不同的激励方式将传统的安全业务跟云化业务做一些区隔，并且根据产品和业务的特点去设定相应的激励机制，未来也会在这方面做持续的改进和完善。

**9. Sangfor OS 平台今年在产品研发和新品推出上的主要计划？**

答：首先公司的 OS 并不是一个单独的产品，它其实是我们安全业务底层的一个共同的平台，过去我们也说过我们想把安全做成一个共同的平台，目前的 OS 就是公司平台化思路的一个体现。OS 平台将有助于提升我们整个研发的效率，以及使得我们的安全业务能够形成一个整体互联互通的形式，让更多的产品可以去对接和应用这个平台。

**10. 从财报上看，公司行政人员增加了 37%。行政人员的增加是否意味公司在企业内部的管理成本增加了？随着公司人员规模进一步扩大，公司是否存在内部管理上的摩擦和挑战？另外公司在今年及明年相关的人员扩张和计划如何？**

答：公司去年行政人员增加较多的是 IT 人员。IT 人员在公司内部被划归为职能部门，所以被纳入行政人员的范畴，导致财

	<p>报中行政人员的大幅增长。IT 人员的增长主要是因为公司从去年开始持续推进数字化转型，以提升公司整体的组织效率。</p> <p>对于今年和明年的人员规划，公司的首要目标还是提升组织效率，提升人均销售额和人均毛利水平。目前公司的整体人员规模偏大，整个组织效率还未达到我们的目标，提升组织效率是公司主要想去改变的，而不是一味的扩大人员规模。</p> <p><b>11. 公司的托管云战略在今年或者明年是否会有方向性的调整？</b></p> <p>答：公司从去年下半年开始大力推广托管云业务，虽然从推广和落地上来看也面临一些挑战，但是目前从用户需求匹配度来看，托管云资产可控、安全放心、贴身服务的特点可以满足用户要求较高的关键业务场景，并且也受到了很多客户（特别是中长尾客户）的认可。公司认为托管云战略的方向没有问题，但是在市场推广端我们会做适当的调整，以一个较为平稳的模式去推广托管云。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 4 月 28 日