

证券代码：688111

证券简称：金山办公

北京金山办公软件股份有限公司

机构投资者调研活动记录表

编号：2022-002

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	来自中金公司、中信证券、富国基金、工银瑞信、DBS、Jefferies、Nomura、Morgan Stanley、JP morgan、广发基金、广发证券、淡水泉投资、财通基金、碧云资本、嘉实基金、交银施罗德基金、瑞银证券、博道基金、民生证券、开源证券、景顺长城基金、明达资产、君和资本、深圳抱朴资产、申万菱信基金、申万宏源证券、敦和资管、中邮理财、石锋资产、中信建投证券、东方证券、民生加银基金、银河证券、立格资本、华商基金、华创证券、中泰证券、睿远基金、明河投资、华兴资本等机构的430余位投资者。
时间	2022年8月24日 16:00
地点	公司会议室(在线访谈)
上市公司接待人员	公司董事长邹涛先生、总经理章庆元先生、副总经理毕晓存女士、姜志强先生、庄湧先生、董事会秘书宋涛先生、财务负责人崔研女士
机构投资者关系活动主要内容介绍	管理层致辞（略） 问答环节： 1、展望全年，个人订阅和机构订阅的增速大概有多少？ 答：上半年C端订阅的表现我们内部是满意甚至超出预期的，我们认为下半年C端还是会保持不错的增速。 机构订阅的增速在Q2有所下降，主要是受到了疫情的影响，我们相信疫情会过去，也相信市场和企业经营活动会恢复正常，我们对下半年B端业务回暖是比较有信心的。 2、C端或B端下一个杀手级产品或者功能是什么？ 答：过去我们C端以个人效率类的服务为主，比如云存储、PDF转Word等；B端以WPS端的收入为主。现在C端我们提出To Team方向，B端我们发布了数字办公平台，意味着在公司内部战略是很清晰的。未来发力方向会更多面向企业内部的应用场景，提供企业级产品。未来更大的增长点，来自于往B端转型过程中找到适合自己的路径。 从财报中也可以看到我们通过合作和自研，正在开发一些不太重、相对通用的、能够满足企业内部应用场景的产品，如低代码平台等。从目前成果来看，云文档、多人协同、共享权限管理等服务都已经上了一个大的台阶，在行业内也是领先的，很多用户也会为此付费。民企公有云的

收入增长超过 100%，也和我们产品上的转变有关。
整体来说，未来我们希望从满足个人办公效率需求慢慢进化成解决企业办公效率和协作应用场景问题。

3、618 期间公司会员销售取得了不错的成绩，长周期和短周期的会员结构如何？后续的会员策略如何？如何保证付费渗透率的持续提升？

答：我们一直在坚持长周期会员运营。从持续推进云的策略上来讲，只要用户的文档、团队知识管理的资产储存在 WPS，即使不付费，也是高黏性活跃用户。我们在研发新功能或者会员权益的时候，是希望用户和我们一起发展并完善产品。公司策略一直是坚持让用户长周期地去使用我们的产品和服务。另外这两年我们也一直在引导用户从 WPS 会员和稻壳会员到超级会员的转化。

关于渗透率的问题，目前还有一部分用户是没有登录使用 WPS 的，我们一直在优化这个环节，这部分空间还很大。我们希望用户能从先登录到上云，然后使用会员权益。我们对不同阶段的用户有不同的引导策略，希望在提升登录率的基础上去提升会员的渗透率。

4、其他非流动负债等指标体现长期用户占比在提升，未来 C 端增长的动力主要来源于长周期付费用户的增长还是整体 ARPU 值提升，如何展望？

答：近年来我们一直在推进长周期会员的发展，但即使我们调整策略，一两个月的短期需求用户也会一直存在。从更长期来看，长周期会员对 ARPU 值和 LTV 的提升有促进作用。同时我们也在加强云的投入，这些功能上的高黏性会提升用户对长周期会员的购买需求。

未来我们一方面会通过减少广告、优化产品体验来增加用户数，另一方面会通过提供更多的服务来提升会员的价值，而会员价格也会在适当时候做出调整。目前我们公布的付费用户数是过去 12 个月有过付费行为的用户数，包含长期和短期，所以转化率还有非常大的空间。

5、月活设备数的环比略有下降，对今年 Q3、Q4 以及长期如何展望？

答：上半年全球 PC 和移动终端的出货量都在下降。出货量的下滑会影响我们的 MAD 数据。在 PC 端（办公场景主要体现在 PC 上）表现还是比较好的，在 Q2 出货量大幅下降的情况下，我们的 MAD 还能实现环比的略微增长。同时我们也在减少广告比例、提升产品体验，我们有信心在用户数上保持较好的增长趋势。

6、云文档存储总量增长 60%以上，这个指标对付费用户数的增速是否有前瞻性？

答：我们在云服务业务的长期核心理念是提供云端增值服务而不是简单的卖存储空间，卖空间的效率和利润率都比较低。云文档存储总量的增长可以侧面反应个人用户从端到云、跨端的使用度越来越活跃，用户黏性进一步提升。长期方向上，我们更希望通过为用户提供良好的云文档管理及协作服务，进而帮助用户在企业内部实现办公协同来促使用户付费，而不是单纯让用户把存储空间用满。

7、公司推出云服务后，付费用户的 conversion cycle（转换周期）会缩短多少？如果云文档存储总量不是很有前瞻性，那么公司为何关注这个指标？

答：我们内部没有统计过明确的一个周期，但我们会观察用户付费点在哪里。目前来看买存储空间的占比很低，大部分是基于云的能力来付费。我们用户上传的云文档数量同比增长 40%，云文档存储量同比增长 68%，说明用户使用文档变得更加活跃，用户粘性也相应增强，用户转化价值更高。如果用户只是把文档存储在云上，不做编辑和协作，对于我们来说只会增加存储成本。我们产品下一步战略是基于云为用户提供云的增值服务，希望用户为此付费。

8、如何看待未来数字办公平台解决方案在总量、产品功能、端&云配比结构的演进变化？

答：去年发布数字办公平台后，我们把原有的云业务做了梳理和整合，从两方面来为客户提供服务。一方面，以文档中台和协作中台的形式为生态伙伴赋能；另一方面，通过自己的渠道来销售我们自己做的公网和私有化产品。数字办公平台帮助我们卖软件工具转变成卖服务，业务模式也逐渐向订阅方面转化。

今年上半年我们取得不错的成绩，虽然受疫情影响，收入比我们预期稍弱了一些，但也实现了数字办公平台（云产品）1,800 多家的新客户增长，数字办公平台（云产品）收入增速也比较快。我们借助在端的优势逐渐为用户提供云产品服务，整体趋势是云的占比会逐步提升。

9、数字办公平台推出后，客户主要对哪些功能或模块比较感兴趣？

答：以党政用户为例，现阶段，客户最基础的需求就是把数据从 Windows 平台迁移到 Linux 平台上，这是一个刚需。但是最核心的需求主要集中在文档能力上，政企客户及飞书、如流、蓝信等生态伙伴，对我们的文档能力需求很强，在这方面我们技术壁垒还是很明显的，目前各大厂商系统中的文档能力基本上都是我们（通过文档中台）提供的。

10、B 端客户对数字办公平台是否会有很多定制化需求，对毛利率是否有影响？

答：只要做私有化都会有定制化需求，例如业务系统要修改界面显示名称，但这类需求属于比较标准化的定制，我们会交给服务商去做。还比如跟业务系统的对接，服务商也可以解决。业务系统从 x86 平台转换到信创平台，我们提供的接口是标准化的，客户有 IT 能力就自己做对接，或者交给服务商。我们基本上不做功能上的定制，以通用的标准化定制为主，提供标准接口给服务商，由服务商或者用户自己完成大部分的 B 端客户的定制化需求。

11、服务商主要有哪些类型？体量有多大？

答：我们的服务商主要有两类，一类是做产品活跃度的推广，由经销商和服务机构来执行，例如 8848 服务平台。另一类是具备研发能力的服

务商，主要做实施部署，例如柯莱特、软通动力等，我们在核心省市都有此类服务商。

12、机构订阅中有多少来自信创，尤其是行业信创？

答：信创业务中有订阅模式，目前还相对较少。现阶段，信创还是以替换端为主。

从上半年收入来看，行业信创带来的订阅收入并不多，未来肯定会逐渐增加。行业信创不仅仅替换端，而是在业务系统层面也进行替换。当行业信创客户的办公系统需要应用我们的数字办公平台，就会带动订阅收入增长。目前仍在起步阶段，需要看信创整体成熟度，尤其是操作系统、数据库、云平台等。

13、目前 B 端党政国产化下行，在这个背景下公司是如何应对并保持授权业务的稳健增长？

答：受今年特殊外部环境的影响，党政信创业务确实比去年下行较多，今年信创业务在机构授权收入中占比没有去年高。从整体授权收入来说，好的状况是 x86 平台下的正版化业务有很高的增长，对很多客户来说，即使信创采购有所收缩，正版化还是要执行的，所以整体机构授权业务的收缩不是很明显。

14、B 端行业信创、区县信创的需求应该如何展望节奏？打法上如何权衡订阅和授权？

答：第一，今年的行业信创是历史几年来增长最快的，尤其是金融行业。行业信创不完全是授权收入，有一部分以订阅收入形式的体现，因为行业信创不仅仅体现在对端的需求上，很多需求是和服务结合在一起的，或者 Windows 平台和 Linux 平台双版本共同采购。

第二，目前来看行业信创在今年刚刚起步，并逐渐放量。比如金融行业，从最初几十家试点到现在 300 多家，增速很快，同步启动的还有军工、能源等行业，以试点的形式逐步在做。

党政信创上半年国家已有相关文件发布，从后期规模来看应该要比 2019-2022 年体量大很多，但具体如何执行取决于各省的规划，预计在年底或者明年初各地会有更明确的举措。

15、党政信创和行业信创的市场容量和渗透率是否有指引？

答：信创前期还是试点为主、渗透率还非常有限。党政的进一步下沉及行业信创的市场空间还是非常大的。

党政信创在上半年已发布相关文件，党政信创后期的替换量预计是前三年的好几倍，具体数字目前各省还在统计阶段，还要综合考虑各地资金预算等情况。

行业信创目前也只是刚起步，金融行业进展较快，但整体现在平台还是以 x86 为主，因为某些业务系统的替换难度相对较大，但未来所有金融行业的 Office 基本会实现 100% 国产替换。

16、党政信创向区县下沉的替换体量很大，替换周期预计多久？

答：今年六月底是集中验收期，目前仍有一小部分尚未验收，所以总体而言今年是验收和总结期。下一个周期是从明年到 2027 年。具体的替换周期还是以各地的规划为主，各地进度不会完全一致，不能一概而论。

17、目前除了金融行业，其他行业的央国企替换进度如何？

答：金融行业目前是进展最快的，能源、军工等行业都在做计划。八大行业后续新增电脑应该都要进行国产化的替换。

18、存量电脑是否有强制替换要求？

答：目前已完成几百万套国产化电脑替换，未来会更趋于国产化系统，所以替换是必然趋势。另外电脑本身也存在折旧问题，也会产生替换需求。

19、合同负债总额和销售现金流的同比增速和收入同比增速存在一定差距，主要原因是什么？

答：我们的合同负债总额由 B 端和 C 端组成。由于很多信创项目在今年上半年完成验收从而计入了收入，导致 B 端合同负债有所下降；而 C 端的合同负债与收入均保持了较好的增速。

未来我们会继续推进 B 端订阅制转型，让公司在现金流上更加稳健和健康发展。

20、过去 6 个季度研发费用率一直有波动，22Q2 的研发费用率是 36%，未来会维持这个水平还是会有所下降？公司对研发费用率是否有长期指引？

答：金山办公一直坚持技术立业。去年人员激增属于相对特殊情况，未来研发投入还是会以保持合理利润水平为基线，尽可能多地投入研发。今年下半年应该不会有太大变化，会保持目前水平。

在利润率方面，现阶段归母净利率 30%是比较符合我们当前状态的，在此基础上尽可能将资源向研发倾斜。

21、从过去几个季度来看，公司利润率有所波动，主要原因是什么？未来如何展望？

答：去年我们新增了很多员工，同时信创和疫情等因素也导致去年利润率出现大幅波动的情况，目前经营策略还是会把利润率维持在稳定水平，希望逐步提升利润率，给股东更好的回报。