

证券代码：300369

证券简称：绿盟科技

## 绿盟科技集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-004

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
参与单位名称及人员姓名	华泰证券：谢春生、范昶蕊；嘉实基金：邵健、刘晔、谢泽林、何鸣晓；中庚基金：陈涛、谢钊懿；国泰基金：韩知昂、李林珈；银华基金：王利刚；泰康资产管理有限责任公司：张毅；富达基金（香港）有限公司：Bunny Huang；宝盈基金：陈金伟；华泰柏瑞基金：杜聪；拾贝投资：杨立；First Beijing Investment Limited：梁卓均；国华人寿：安子超；建信理财有限责任公司：薛浩；上海望东资产管理有限公司：Phil Yao；上海慎知资产管理合伙企业（有限合伙）：余海丰、刘越；中金公司：李虹洁、袁佳妮；天风证券：刘静一；开源证券：刘逍遥；广发证券：庞倩倩；国信证券：库宏垚；申万宏源证券：宁柯瑜、王曙光
时间	2022年8月28日（星期日）15:00-16:30
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	胡忠华、叶晓虎、赵晓凡
主要内容	<p><b>2022年上半年经营情况介绍：</b></p> <p>报告期内，公司实现营业收入 8.34 亿元，同比增长 8.11%，当期新签订单增速高于营业收入增速；实现归母净利润亏损 2.16 亿元，扣非净利润亏损 2.22 亿元，其中 2021 年度员工持股计划和限制性股票激励计划确认的股份支付费用约 4,900 万元；经营活动产生的现金流量净额为-1,290 万元，去年同期为 1.62 亿元。具体如下：</p> <p>一、关于营业收入</p> <p>上半年收入同比增长 8.11%，其中二季度收入同比下降 4.05%，总体业务推进节奏比预期要慢一些。新签订单情况比整体收入要好，同比增长约 17%。收入端主要由于上半年疫情反复，对需求落地以及产品交付影响较大，上海和北京业务量占全国比重较高，整体收入受这两个地区疫情影响较大。预计下半年，行业整体需求会快速复苏。公司全年的业绩目标没有调整。</p>

## 二、关于毛利率

上半年整体毛利率和去年全年相比略有下降；和去年上半年相比，下降较多。主要是上半年毛利率相对更高的安全产品收入占比下降导致短期出现毛利率结构性下降。下半年会有所改善，预计全年的毛利率会略高于去年全年。

## 三、关于经营活动现金流

自从推进渠道战略转型以来，公司当期回款得到明显改善和提升，经营活动现金流一直在改善。今年上半年，客户的部分项目交付和验收因疫情延期。

## 四、关于渠道转型

公司与三家总代合作良好，基本达到预定目标。上半年渠道订单同比增长超过 20%，但由于疫情原因，客户项目交付延期，部分订单未能在上半年确认收入；神州数码今年上半年增加投入人员至 80 人，已经逐步融入到公司销售和渠道圈子，并拉通华为、锐捷等渠道资源。截止到今年上半年签约合作的渠道数量 4,600 家，其中下单渠道 2,600 家，超过 100 万金额的有 350 家。

## 五、关于上半年业务

### 1. 产品维度

产品收入增速较低，主要是疫情影响了客户采购节奏，下半年有望恢复；安全服务收入增长较好，主要是安全服务逐步成为客户刚需，受外部环境影响较小，同时客户更看重场厂家综合服务能力。

新产品领域方面，上半年在 NDR、安全运营平台、云安全以及终端&主机安全领域，增长率超过 100%。

### 2. 行业维度

能源及企业增速最高，达到 41.47%。主要得益于能源方面“双碳”政策促进基础设施及网络安全投资，受疫情影响相对较小；公司发布多款专用产品，重视和加强重大项目管理；企业方面，央企客户投资稳定，公司加大在央企客户的投入。运营商收入增长 34.77%。受重保大年、安全投入早、5G 配套投资最后一年、安全投入加大等几个因素驱动。金融行业收入下滑 18.56%，原因一是北京、上海、深圳任务占比高，疫情影响大，二是国产化进程加大，为满足 XC 产品采购比例达标，首先投入在服务器、数据库领域。下半年金融领域安全需求有望加速释放。政府、事业单位&其他行业收入下滑 8.44%，主要是是疫情影响投资节奏，下半年政府端需求落地会加速。未来行业维度策略，加大对特殊行业、央企等方向的投入，这些客

户受宏观经济波动影响较小。

### 问答环节

**1. 问：网络安全行业竞争相对比较激烈，公司将如何保持自身的长期竞争优势？**

答：公司主要围绕以下几个方面来开展工作：第一，聚焦价值客户。这些客户既有稳定的投资，同时又有创新能力，厂家的创新能力主要源自于客户，公司聚焦这些价值客户，同时辐射行业客户。第二，持续开发有竞争力的差异化产品，也包括安全服务，产品竞争力是厂家核心竞争力的关键所在。公司会持续加大在研发侧的投入，前几年研发侧的人员增长最快；未来几年在人力资源收紧情况下，公司依然会适度加大研发上的投入。第三，研发逐步加大投入的同时，聚焦投入在重点领域形成优势，形成重要领域的局部优势。第四，发展生态。这是近几年公司一直在坚持的。第五，管理变革持续落地，持续落实“以客户为中心，以奋斗为本”的机制，提升整体人均效率。

总体讲，公司坚持提升效率，做好自己，才能在市场竞争中立于不败之地。

**2. 问：第三季度的订单恢复情况，以及展望全年有哪些行业的恢复会比较好？**

答：整体上看三季度需求在加速释放，7、8月份以及Q3销售进度比上半年快。下半年商机储备比较充裕，公司做好了相关的准备工作。公司全年目标，去年的股权激励、今年的股权激励都有业绩考核目标，今年的股权激励，营业收入和净利润业绩考核目标值都是同比增速20%（净利润是扣非后并剔除股权激励费用影响后的净利润），公司经营目标没有变更。

**3. 问：销售方面的考核，今年对于销售考核指标有没有变化？**

答：整个销售考核今年年初做了一定调整，年中没有变化，对于销售，主要的考核指标有两个：一是考核收入，另一个是考核应收账款回收。但是没有哪个考核方式是完美的。公司是根据不同的阶段，侧重点和追求点对考核指标进行调整。公司将销售的考核从原来的考核毛利调整为考核收入，出发点是做大业务体量。同时，对于销售主管人员，如首代，行业负责人，除了考核收入，同时考核应收账款回款和毛利率。

通过销售人员做大业务规模，同时销售主管人员和总部的相关部门，既考核收入目标，同时关注毛利率目标，支撑公司规模和利润并重目标。

**4. 问：公司会集中资源投入哪些行业？包括产品上新的突破期待，销售打法，如果展望未来三年，公司的规划是什么样的？**

答：在公司资源有限的情况下，资源肯定会流向资金比较充裕的行业和区域。

从行业维度讲，公司在央企客户加大了投入，央企客户上半年整体业绩增长还可以；特殊行业、金融和运营商，也是公司长期以来耕耘时间较长的行业，公司会保持稳定，甚至适度的增长投入。

业务模式维度，安全服务成为客户的刚需，公司将在安全服务方面继续发力，这也是公司的重点。本身安全服务客户还是看重综合能力，这也是公司长期以来的核心能力，公司会继续加强在安全服务能力方面的构建，也要向合作伙伴转，对合作伙伴赋能，使原厂更多的聚焦高端安全服务，偏行业的安全服务由合作伙伴覆盖。

综合来讲，包括行业上有更多的聚焦，或者投入到投资比较充裕的行业里面，第二安全服务越来越成为客户的刚需，从本身的能力构建，从本身的投入，从本身商业模式到产品，公司都有一系列的规划和考虑。

**5. 问：央企、金融、电信大客户，一般来说偏好直销，从渠道战略上来讲，会从渠道往直销上面有所偏重，未来的销售方式上怎么考虑？**

答：从行业纵向划分，公司销售团队划分政府、金融、运营商、交通、能源、科教文卫、企业 7 个事业部，各个事业部相对独立运作。

从客户整体签约模式上，除了运营商是行业性的要求直签，其他行业没有整体的要求直签模式，不是行业性的整体要求，而是某个客户会有这个需求。渠道战略不是完全拒绝直签，还是以客户的需求做导向，近几年渠道签约占比基本比较稳定，大概 65%-70%，除运营商以外，渠道签约占比大概是 85%-90%。运营商渠道签约率也在逐步提升，上半年占比 18%-19%。除了运营商以外，其他的行业都不是行业整体性的要求。

**6. 问：所有的网络安全存量都在往央企等行业转，去年下半年到现在，产品价格竞争情况以及未来发展趋势如何？**

答：首先，To B 市场本质上不是一个完全低价市场。第二，这两年确实受疫情各方面影响比较大，竞争比较激烈，但对我们来讲，这个市场不是完全低价市场，我们还是追求收入规模和利润，或者说收入规模和利润并重的方式。第三，公司坚持收入规模和利润并重的原因是，一是本身联合合作伙伴，对公司拓展价值客户有帮助，双方能力互补；二是和厂家的能力积累有关系，因为公司的市场策略上是聚焦行业市场，聚焦价值客户。

**7. 问：公司有什么竞争优势？比如攻防能力相比于其他友商如何，给客户带来的价值能否比友商更高？**

答：第一，安全从客户需求角度也在发生一些变化，变化可以理解为几个方面，一个是从之前的单产品向整体的解决方案，或者向整体的防御转变。第二，从之前的产品向产品+服务+运营转变；第三，从侧重在本地端向本地+云端协同转变。随着本身网络安全需求的变化，客户会越来越看重厂家综合实力，综合实力的核心就是攻防实力。

公司在攻防能力方面积累的时间比较长，并持续加大在攻防上的投入。公司和友商相比，各有侧重点。

**8. 问：数据安全是安全行业增长比较快的领域，公司在数据安全目前的业务拓展进展如何？**

答：数据安全这两年客户、主管机关都非常关注，数据安全也是公司最近几年非常重要的发展方向，公司组建了相应的产品团队，发布了一些新的产品。数据安全本身发展也呈现出不同行业的成熟度不太一样，公司这两年在金融行业做了不少客户的数据安全咨询服务。产品方面，包括我们发布的敏感数据发现和分类分级的产品，在国内顶级的银行也得到采购，形成非常好的示范效应。

从数据角度，今年上半年整个数据安全产品整体情况整体增速大概在23%；在增强计算方面也在进行投入，计划在10月份发布相关的隐私计算产品，可以满足客户在数据交换方面目前所碰到的合规性和安全方面的需求。基本上公司已形成了以相对完善的产品体系和解决方案。

**9. 问：上半年发布的魔力防火墙新的产品，目前的标杆案例，包括最新的进展，客户反馈，项目体量，能否做简单的介绍。**

答：在今年公司发布了T-ONE CLOUD整体的方案，这个方案本质上是用云的思路重构客户的安全能力体系，一个很重要的点是要能够作弹性易购，使得客户的安全能力能够根据情况有效的调整和应对最新发展情况。其中最重要的核心组件叫魔力防火墙，这个产品的底座能力是防火墙的基础能力，整个系统底座运用的是近几年公司在云原生安全方面的研究成果，系统底座采用了云原生的底座。

客户可以根据需要按需订阅启动防火墙之外的异构安全能力。方案发布以后通过下面几个方面进行市场的扩展，一是公司自建的安全运营中心，直接服务客户。二是和很多合作伙伴开展合作安全运营拓展；第三，有些行业类型的客户对方案也非常感兴趣，公司帮助客户重新去构造整个安全的技术体系。客户以及合作伙伴，对这个理念都是非常的认同。这个方案从本质上来讲，我们希望通过云体系，把公司在安全模型里面，即I（评估）-P（策略）-D（检测）-R（响应）闭环流程四个环节里面最强的产

	<p>品能力和服务能力集成起来，在这样的情况下客户能以较少的成本投入得到最好的安全能力。目前我们已有客户在使用，包括合作运营中心也有客户在使用。</p> <p><b>10. 问：魔力防火墙这个产品的模式，是可以通过订阅的模式采购？销售情况怎么样？</b></p> <p>答：基础是防火墙能力，其他需要的安全能力都可以订阅。今年的目标是希望有上千最终用户能够接入到体系里面来，目前推进的较快，特别是行业型的分布式客户，对这些方案非常感兴趣。加上我们在合作伙伴里面，对很多中小企业用户来说对这些方案非常匹配他们的需求和投入的预算。</p> <p><b>11. 问：下半年人员招聘和费用投入的趋势是什么样？</b></p> <p>答：整个人员的情况，去年公司人员净增一千多人，今年人员增速放缓，全年人员增速控制在 15%左右，下半年主要为应届生入职到岗。公司将严格控制社会招聘，人员增长以应届生为主，应届生招聘培养是公司人才补充的主要渠道。</p> <p>明年整体人力预算，会结合整个情况做一些微调，总体上会放缓一些。重点会投入到产研端，同时在少数重点行业加大投入。</p> <p><b>12. 问：公司对下半年政府客户增长，包括付款情况预期怎么判断？</b></p> <p>答：如果把整个泛政府领域细分，差异性比较大。大的央企、特殊行业以及一些部委投资比较稳定。公司会在投入上会做一些调整和优化，在投资比较稳定的客户加大投入。在泛政府领域，从全年的目标来讲暂时还没有调整，还是按年初的目标在推进。</p>
附件清单	无
日期	2022年8月28日