

证券代码：300803

证券简称：指南针

指南针上市公司投资者关系活动记录表

编号：2023-003

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 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"/> 电话会议 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：券商策略会
参与单位名称及人员姓名	<p>一、德邦证券 春季策略会 德邦证券研究所、国泰基金、中庸资产、海富通基金、光大保德信基金、汇丰晋信基金、长城基金、东方证券资管，共8人</p> <p>二、长江证券 春季策略会 长江证券研究所、建信基金、中科沃土基金、幂加和私募基金、创金合信基金、东兴基金、宁泉资产，共7人</p> <p>三、中信建投证券 春季策略会 中信建投证券研究所、嘉实基金、国泰基金、泓澄资本、中再资产、申万宏源、百创资本、东方港湾投资、广发证管、海雅金控、建信基金、七曜投资、华宝基金、明达资产、招商基金、共15人</p> <p>四、中信证券 春季策略会 中信证券研究所、国寿安保基金、长城财富保险资管、千合资管，共4人</p> <p>五、广发证券 春季策略会 广发证券研究所、中银基金、禾永投资、慎知资产、华泰证券资管、上海毅木资产、万涛私募基金、上海盛宇股权投资基金、华夏基金、鑫元基金、蒙犇投资，共11人</p>
时间	2023年2月15日至3月1日
地点	线下策略会
公司接待人员姓名	证券事务代表、投资者关系总监：李静怡女士

投资者关系活动
主要内容介绍

问答交流

1. 公司未来流量规模如何做大，有没有差异化的获客和增长手段？

答：近些年来，公司主要通过互联网广告精准获客，积累了丰富的获客经验和能力，形成了健康良好的投产比，且产生了稳定的业务和逐年利润增长趋势。未来，随着公司业务规模扩大，预计在保持获客成本相对稳定的前提下，获客规模仍有望继续扩大。同时，伴随证券业务的发展，公司将向投资者提供更多元的产品及服务，提升公司获客后的付费转化率，从而提高公司的盈利规模。

2. 公司的产品销售如何确认收入，利润的周期性如何理解？

答：公司的金融信息服务包括金融资讯及数据分析的终端服务，在销售产品时会一次性向客户收取全部费用，包括软件产品费用和后续运行服务费。公司收取的软件产品费用，在客户获得软件授权时确认收入；收取的后续运行服务费，在提供服务的期间内分期确认收入。

关于利润的周期性，主要是由于公司营销模式存在一定周期性的原因。公司在部分月份实施中高端产品集中销售，对应相关月份及所属季度所实现的销售收入和净利润会大幅增长；而在未实施中高端产品集中销售的月份所实现的销售收入和净利润相对较小，甚至出现个别月份或季度亏损的情形。因此，受营销模式和销售周期的特点影响，公司可能出现经营业绩全年分布不均衡的情况，其季度财务数据或半年度财务数据可能无法完整衡量全年的经营业绩。

3. 公司在 2021-2022 年的高增长主要是什么原因？

答：公司在 2021-2022 年取得的高增长，主要得益于三个方面：一是 2020 年和 2021 年公司分别加大广告投放，新增注册用户和付费用户都有显著增长。2021 年公司扩大销售规模，提升整体运营效率，因此取得不错的业绩；二是依托公司多年积累的技术研发和营销投入，2022 年上半年公司推出了两款新的高端产品（全赢系列私享家版软件的 APP、全赢决策智能阿尔法版），以及在 2021 年资本市场的高度活跃的背景下，公司 2022 年上半年

金融信息服务业务经营业绩实现较快增长，因此 2022 年全年业绩也实现了稳步增速；三是公司业务与资本场景气度高度关联，且对公司经营业绩的影响呈现出一定的滞后性（资本场景气度变动在先，经营业绩变动在后）特征，因此过去两三年资本市场的繁荣为 2021-2022 年业绩增长奠定了市场基础。

4. 麦高证券 2023 年及之后的成本投入如何？管理层的组成和未来的团队建设规划？

答：公司在去年收购麦高证券后，为尽快恢复其业务经营，已加大人才队伍建设、更新 IT 系统及技术设备迭代，增加了证券业务相关成本投入。2023 年，公司将持续加大研发投入，完善证券研发体系和扩充人才队伍，进一步恢复麦高证券的相关业务。

麦高证券的管理团队已就位，由两部分人员组成。一部分来自过往证券行业的优秀高管，例如麦高证券的董事长、总经理、合规总监等，另一部分来自指南针的原有高管，从母公司离职到麦高证券担任职务，输出 IT、大数据和互联网能力，形成指南针对证券公司的赋能。

5. 公司高管持股比例较低，如何对高管及核心人员进行激励？

答：公司自 2019 年 11 月上市以来，已推出了两次股权激励计划，分别为“2021 年限制性股票与股票期权激励计划”和“2022 年股票期权激励计划”，主要激励对象包括公司董事、高管、中层管理人员、核心技术（业务）骨干以及董事会认为需要激励的其他人员。预计公司今后仍将持续定期推出类似激励计划，充分激励高管和核心人员恪尽职守、奋发图强，力争实现客户、股东、员工三者利益和谐发展。

6. 公司广告服务业务的收费模式是什么？在收购麦高证券后，这项业务如何开展？

答：公司自 2015 年起，陆续与第一创业证券、长江证券、天风证券开展广告服务业务合作，通过公司网站或产品客户端为合作券商提供广告服务并

	<p>实现相关收入。公司在广告服务已经提供，服务金额经合作双方确认、并按照约定的结算方式分月收取服务款或取得收取服务款权利时，确认广告服务收入实现。</p> <p>公司与上述合作券商多年来保持了高水平、高质量的合作，双方均不同程度实现了商业目标，公司对上述合作和合作伙伴倍加珍惜和感恩。收购麦高证券后，公司与上述合作券商的广告服务业务合作将在充分尊重业已形成的商业成果，秉持契约精神之上，在一定规模水平下继续保持。但随着麦高证券各项业务陆续恢复展业，预计公司与上述合作券商的合作规模将逐步缩小，相关收入预计亦将逐步萎缩。</p> <p>7. 公司高端产品的更新迭代周期？</p> <p>答：公司二十多年来通过自主研发的证券工具型软件服务于中小投资者。围绕用户需求的变化以及资本市场的演变，公司研发部门持续迭代新功能，不断补充到各版本产品中，即公司的产品系列名称虽然长期没有改变，但内容和功能却是始终持续更新升级的，而且更新迭代的幅度和速度不小。简而言之，公司对于高端产品及其他版本产品的新功能研发是持续不间断的，因此事实上也并不存在所谓周期。</p> <p>注：在本次与投资者交流过程中，投资者提出的问题与公司前期披露内容有重复的，公司不再重复披露，请参阅公司过往已披露的投资者关系活动记录表。</p>
附件清单	无
日期	2023年3月1日