

证券代码：300773

证券简称：拉卡拉

拉卡拉支付股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20230530001

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（ <u>请问文字说明其他活动内容</u> ）
参与单位名称及人员姓名	中信证券、中金公司、中信建投、海通证券、兴业证券、国泰君安、安信证券、国金证券、国联证券、华安证券、东北证券、花旗银行、东吴证券、华创证券、交银施罗德、南方基金、民生加银、中欧基金、东证资管、江信基金、建信养老、万博资管、健顺投资
时间	2023年5月24日
地点	北京
上市公司接待人员姓名	王国强 董事兼总经理 周钢 财务总监 戴启军 投资总监 朱国海 副总经理兼董秘 田鹏 证券事务代表
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司介绍 （一）“数字未来”战略。 公司2019年上市以来正式进入战略4.0，产生了三个重要的战略里程碑。第一个就是积极投身国家金融大战略，实现了数币的推广布局。拉卡拉是央行数研所首批签约的两家支付机构之一；拉卡拉在数币领域已经与工、农、中、建、交、招、邮储、兴业八大数币运营机构达成了合作，参与了全部26个地区的数币试点。第二个里程碑是拥抱产业互联网，建成了零售供应链SAAS。公司通过云掌柜、数采平台、云当家三大平台来满足零售业客户的管店需求、采购需求；同时拉卡拉还打造了产业数字金融服务平台，链接银行，为供应链上的中小微商户提供金融产品支持。第三个里程碑是，公

司战略投资了领先的跨境支付服务商 Skyee，已搭建覆盖欧美等一百多个国家的支付网络，支持中国企业走出去，帮助中国电商企业做全球生意。过去的亮点也是今天的起点，如数字人民币、供应链科技、跨境支付等，仍然是公司今后很长一段时间重要的工作，需要不断顺应市场而创新发展。

当前国家高度重视并大力支持数字经济发展，建设数字中国、数字强国已成为国家战略。拉卡拉隶属于数字要素驱动业，是数字经济核心产业的一份子。面向未来，公司将聚焦于：“推广数字支付、共享数字科技、兑现数据价值”，这就是公司的“数字未来”战略。公司将积极以数字支付为切入点，与银行业、SaaS 服务商等共建企业数字化服务生态，筑牢数字经济基础设施，积极释放支付数据要素价值，寻求数字金融新突破，助力数字中国建设，推动实体经济高质量发展。

这一系列探索和未来持续努力，我们称为“拉卡拉苗跃伙伴计划”。在这个计划中，我们计划携手金融机构，探索采用包括直接投资支持、联营支持与金融贷款支持等不同模式，去扶持千万小微商户进行创业和经营。携手金融机构，实现千亿授信，助力千万门店共同成长。全国有接近 1.5 亿的市场主体，其中约 1.2 亿是小微企业和个体工商户，这个庞大的群体也需要跨越数字化的鸿沟，他们也需要普惠共享的数字技术和服 务，帮助他们实现数字化转型，将是十万亿级的市场，

（二）新产品介绍。

商户数字钱包将满足商户从新店开张到成熟经营的全程诉求，致力于让 AI 赋能和改造门店经营的所有环节。钱包 APP 让手机本身成为全支付种类的收款工具，让商户可便捷管理各类支付终端、查看流水数据，同时集合了补贴、进货、营销、资金等诸多经营维度服务。同时，钱包 APP 正在探索 AI 助手、AI 识物、AI 设计等服务，丰富钱包与商户的交互形态，提升商户收银效率，实现傻瓜式营销素材智能化生成能力。

拉卡拉客显屏音箱，是公司一直以来领先行业创新产品的最新力作，是市场首款带有 10.1 寸大屏、首款私人定制广告、首款可让商户赚钱的支付音箱。拉卡拉客显屏音箱应数字时代商户新需求，聚合数字支付和数字化经营能力，帮助商户实现流量变现，让门店成为机构触达 C 端用户的有效延

伸。

(三) 公司 2022 年度及 2023 年一季度主要财务数据介绍。

2022 年公司的营收比 2021 年下降了约为 18%，主要原因在于 2022 年中国经济面临的压力所带来的挑战。同时，由于行业重大事项的影响，导致公司净亏损了 14 亿。

2023 年一季度公司收入情况已经消除了 2022 年的不利影响，基本回到了 2021 年同期水平。公司收入与实体经济的消费交易密切相关，随着国家不断刺激经济消费上行，我们相信公司营收有望恢复甚至可能超越 2021 年的水平。

今年一季度，随着我们的利润和现金流的正向回升，公司逐步偿付了大部分的债务。随着 2023 年经营现金流持续正向提升，预计年内公司有望恢复以前低负债的经营状态。

二、Q&A 环节

Q: 除了支付业务之外，公司未来业务增长的方向可能会来自哪些方面？

A: 公司的发展战略，前面已经作了介绍，这既是我们的真实想法，也是我们的真实做法。我们在节奏上大概 3 年至 5 年做一次战略调整，去适应包括市场、技术和政策等方面的变化。从政策引导角度来看，发展数字经济，服务实体经济，是必然趋势。

我们数字化转型从上市之日起就开始了。在上市后的 2019、2020 年，我们投入了大量的资金做 SaaS，实际上却不赚钱，但在实践中，我们发现了新的价值。通过 SaaS 打通数据后，对于产业供应链的理解有了新的认识。我们的战略宣讲可能文字内容多了一些，量化内容少了一些，未来我们的增量收入一定来源于数字技术和数字经济板块。支付是做业务的切入点，单纯从支付本身来挣手续费差价的模式还不够，未来难以持续，应该在全链条打通后，通过提供技术和金融服务，提升综合收益。综合收益落在三个点：基础支付、供应链金融、科技 SaaS 等方面，这些都有成型案例和客户。

总结为三句话：推广数字支付、共享数字科技、兑现数据价值，更多的是在尽可能降低成本的情况下去拓展客户实现数据价值，提升综合收益率，

而不能仅依靠传统支付方式赚钱。

Q: 海外业务方面，我们是否有优势和考虑，以及这方面是否会成为新的增长点？

A: 海外业务有两个维度。一个维度是我们动作做得相当早，投资 Skyee，它在行业内排名前五、前六，一年 200 多亿的规模。一方面我们投入资金，另一方面为他们提供系统建设支持。在海外寻求一些符合我们目前产品科技及资本能力的区域，是否进行一些海外区域化实投相关动作，目前正处于充分调研的过程中。另外一个维度，我们正在寻找在现有业务情况下最佳收入模型的一些产品打样，采取技术输出、平台合作的方式进行，首先考虑从香港、日本、东南亚开始，日本目前正在进行这个过程，今年大概会比较成熟。今年年初，我们取得了跨境人民币薪酬汇出业务的展业资格，为外国人提供薪酬汇款服务，符合让中国人走出去、外国人走进来的大政策，是跨境的一部分。

Q: 关于 AI，本次发布的新产品是我们自采还是外营？公司在 AI 方面投入了多少预算，公司整体研发后面的情况如何？

A: 本次发布会介绍的新产品，我们将其作为一个引入千家万户小微门店经营者的新工具，我们看到了这个趋势，会有应用。这款新产品中的 AI 实景海报以外采为主，在拥有了这个产品的想法后，我们与国内的很多公司都有接洽，并进行了一些试用。合作公司现有的生图和设计能力，正好符合我们目标对象对临街店铺海报层面的需求，我们认为这是一个很好的选择。我们正在与合作方联调开发，对方也需要对应开发，因为他们原先倾向与 2B 合作。

关于研发预算，我们年度的研发预算是 2 亿多，但无法简单地按照你的口径进行区分。我们投入方向正不断朝新趋势发展，例如我们的混合云架构，原来自有部分较多，公有部分较少，现在涉及回归架构等问题，调整到公有部分更多。

Q: 关于数据资源，现在是很热门的话题，那数据资源如何真正实现价

值兑现？

A: 国家提出要更好发挥数据要素价值，建设数字中国、数字强国，释放了一系列政策利好。目前很多地方都在设立数据交易所，作为数据流通和价值实现的平台，通过这个平台，将数据供需双方连接起来，实现数据的合规流通和利用。当然，有关数据交易的有关制度、标准还在探索完善中，有的地方走的比较靠前，我们也会很积极参与到这一过程中去。总的体会是，数据资产的价值兑现，还是要产品化，只有产品化的数据服务才能大规模推广和运用，原始的、碎片化的数据不具有商业价值，也难以合规化流通。现在我们在支付数据的基础上，通过 SAAS 的融合，数据维度更多，更完整，商户画像会更准，商户的标签产品化后就可以应用到很多场景，比如金融机构用来做风控、供应链企业用来选品或备货等。

Q: 在维持市场较低费率的情况下，公司如何通过新业务和新产品来增加盈利点？

A: 从去年 7 月份到现在，我们的业务结构、交易类型、交易笔数和收入，实际上都发生了一些的变化，我们的新增业务追求的是综合收益率，数字化转型会扎实推进。

Q: 您认为公司是否可以人员进行优化，使其变成一家更轻量化的公司？

A: 公司自去年 7 月份以来的人员与组织结构调整，使得我们的全国直营分公司已经完全发生了变化，因为原来的展业方式和现在投入的人力以及合作商户不同，分公司原来的业务是地推销售，或者透过线上渠道、银行渠道和大型 KA 渠道吸引所有商户。目前，我们的各地分公司分为两类：一类是内部守土有责，即负责管理本地存量，并与最重要的合作伙伴银行保持沟通。另一部分是区域市场。一个分公司需要完成所处区域的各项业务。公司的目标不是裁员，而是通过人员结构和岗位价值的优化提高人均效能。

Q: 去年公司的毛利率有所下降，公司未来毛利率是否向行业靠拢？

A: 公司毛利率比行业高，是因为在市场上拉卡拉这么多年的信誉度，有品牌溢价，包括我们和代理商签订佣金时，就比同行高一些。近两年公司毛

	<p>利率有所下降是因为上游成本在提升。</p> <p>Q:人工智能在金融和第三方支付领域的可拓展空间应该相当大，公司怎么考虑？</p> <p>A:我们有一些产品模块，研发团队已经全面展开 AI 模型在内部结合，我们目前的技术模型应该已经实现了一个闭环。接下来，是否可以使用 AI 技术来实现智能决策等一系列事务。这件事在经营中非常重要，至于是否能增收或是至少能降低成本，今年可能看不到，但明年应该能看到。</p> <p>Q:未来两三年，公司利润增长来自数字金融的贡献是否会增大？</p> <p>A:公司的“茁壮计划”提出了这个概念，但并未具体说明具体数字实际上，茁壮计划就是未来重点之一。我们拥有大量存量小微商户，并且拥有支付数据。然而，科技数据不完整。我们在零售领域自己开展业务，而其他餐饮、医美等领域则请了行业 SaaS 公司来协助。只要数据完整，我们把商户金融服务需求与金融机构的产品链接起来，这会对我们的营收和利润有所贡献。</p> <p>Q:金融科技业务在疫情之前就已经出现了，可能是所有支付公司都在寻求的增值方式。目前哪些优势可以使得现在做业务更容易成功？</p> <p>A:我们已经从事了 4 年的产业互联网，虽然还没有做成盈利的电商平台，也没有做出几款盈利的 SaaS，但我们已经将支付和 SaaS 这块彻底打通，未来我们业务的核心是根据可视化的每日流水来做决策，这是很大的差别。</p> <p>过去几年，我们在战略4.0阶段累计投入了超过4亿，这些都消化在过去的投入中。企业未来应该如何去做？接下来的阶段，我们需要想办法提升商户数字化水平，帮助商户实现数据价值的变现。实际行动上来讲，是提升效率，帮助商户经营，帮助他们进行融资，甚至可以考虑选择一些优质门店进行投资，感谢大家！</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	

日期	2023 年 5 月 30 日
----	-----------------