

证券代码：688030

证券简称：山石网科

山石网科通信技术股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-12

<b>投资者关系活动类别</b>	<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 checked="" type="checkbox"/> 其他：电话会议
<b>参与投资者及机构名称</b>	中金公司、国信证券、兴业证券、中原证券股份有限公司、上海牛乎资产管理有限公司、华夏久盈资产管理有限责任公司、新华基金管理股份有限公司、汇添富基金管理有限公司、北京宏道投资管理有限公司、上海伯兄投资管理有限公司、平安证券股份有限公司、长江证券、安信基金管理有限责任公司、华宝信托投资有限责任公司、上海盈象资产管理有限公司-上海盈象方中优享5号私募证券投资基金、方正证券股份有限公司、Sequoia Capital、建信人寿保险有限公司、中信证券股份有限公司、银华基金管理股份有限公司、上海德汇集团有限公司、摩旗投资、深圳市尚诚资产管理有限责任公司、泓德基金管理有限公司、中信建投自营、Yuanhao Capital、观富（北京）资产管理有限公司、深圳中天汇富基金管理有限公司、海通国际等
<b>时间</b>	2023年8月29日
<b>地点</b>	线上交流
<b>上市公司参与人员姓名</b>	董事长兼总经理 罗东平 副总经理、首席运营官 叶海强 副总经理、财务负责人 尚喜鹤 董事会秘书 唐琰

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p><b>1、公司上半年收入、毛利率均有所下降，主要原因是什么？下半年是否会回升？</b></p> <p>答：报告期内，公司经营业绩较同期有所下降，主要与公司的战略规划节奏有关。为提升运营效率，上半年公司的工作重点为销售体系的架构调整与优化，并对相关考核制度进行了修订以及制定了新的渠道政策。营销体系架构调整会带来阶段性的阵痛期，这在公司管理层的预期之内，但为实现有质量的增长，公司需要进行相关调整。目前，公司的营销体系已基本形成“四部一中心”的销售组织，营销体系架构基本形成，后续将持续优化。</p> <p>回顾上半年的经营情况，公司在一些头部银行、云厂商、轨道交通等重点行业及用户上，取得了标杆性项目的突破。为缩小与友商的竞争差距、拓展收入增长路径，公司将逐步丰富收入结构，在传统产品销售模式基础上，业务范围拓展至安全服务、安全咨询、集成交付等多元类型，满足下游客户多元需求。因此，随着业务类型的逐步丰富，会在一定程度上影响毛利率，但公司整体规模效应将有望逐步显现。</p> <p>此外，上半年经营性净现金流回正、销售人均产出较去年同期有所提升，这两个重点指标的改善，都印证了公司的调整路线是正确的。在短期来看，调整会在一定程度上影响当期的市场开拓，但为中长期的持续健康发展奠定了基础。如公司此前交流提到的，公司正在经历着管理精细化、人效提升、业绩修复的过程，需要一定的时间进行调整与磨合，主要是为了打好基础、做好准备，实现有质量的增长。</p> <p>综上所述，待调整磨合期结束，各方协作趋于成熟，公司有信心2023年全年收入实现较快的增长，同时将持续重视回款、人效等指标的跟踪管理，以实现控费增效的健康发展目标。</p>
----------------------	---

**2、公司对于营销体系的调整是否已经完成？“四部一中心”的各自定位和今年的业务拓展目标是什么？**

答：目前来看，公司营销体系架构基本形成。上半年，公司明确了“四部一中心”的业务架构，分别是：

（1）中国区大客户部，主要聚焦重点头部客户的拓展，如金融等领域，进一步提升在重点领域的市占率；（2）中国区域销售部，将突出重点区域的覆盖；目前，山石网科已经覆盖了国内的大部分地区，接下来将加强重点区域的布局，如苏州、广州、深圳等等；（3）海外业务部，海外业务是公司的亮点，目前公司对海外业务部的规划，第一是进一步突出在优势地区的竞争力，如拉美；第二是针对港澳地区出现的信创机会进行布局；第三是针对其他市场空白领域，采用多元的业务模式，比如 OEM 等方式，从而降低市场开拓成本；（4）续保事业部，通过对终端用户提供续保的后期服务，逐步提升公司产品续保率；（5）解决方案营销中心，主要是为了将公司整体的技术和方案能力，向前端输出，目前优先集中在能源行业的拓展。

另外，营销结构是持续优化的过程。目前，公司已经在商机管理、回款、销售人效等方面看到了初步改善，接下来将持续进行统一语言、统一目标、统一行为的营销文化建设，通过不断优化生产关系，提升内部生产力。

**3、公司目前对信创战略高度重视，上半年的布局和销售规模如何？**

答：如公司半年报所述，信创战略是公司今年的四大硬仗之一，山石网科在信创出现确定性趋势时，就已经开始了先期投入和布局。2023 年开始，公司对信创进行更加密集的投入。在信创产品上，上半年公司已经按计划推出 7 款信创产品，2023 年全年公司计划持续推出 26 款信创产品，涉及 16 个品类。在信创生态上，

公司已经和统信、龙芯、海光等国产基础软硬件厂商签署了战略合作协议，并和多家信创领域的上游厂商展开在产品解决方案、兼容性适配、人才合作、安全防护合作等多方面的合作，并通过建立联合实验室、适配中心等方面强化合作粘性。上半年公司的信创销售收入同比增长 60% 以上，公司在信创方面的产品及生态布局有信心满足信创市场需求，并且待 ASIC 芯片研发成功并实现应用后，公司的国产化产品在信创市场将更具备差异化竞争优势。

#### **4、公司安全芯片的进展如何？**

答：目前来看，公司的安全芯片战略在按计划推进中。2022 年公司完成 FPGA 阶段的研发，并推出了 FPGA 相关产品，获得了良好的市场反馈。在 FPGA 芯片技术的应用基础上，公司进行 ASIC 芯片技术研发，并规划了 22 款搭载 ASIC 芯片的防火墙产品。预计在 2023 年末，公司将启动 ASIC 芯片技术的第一次流片，与此同时，适配 ASIC 芯片的防火墙平台亦将同步研发。若一次流片成功，公司有望在 2024 年推出载有自研 ASIC 芯片技术的防火墙产品。总体上，公司基于自研 ASIC 芯片的防火墙将提供更大的端口容量和更高的性能优势，同时公司自研的自主可控安全芯片技术，也将进一步提升公司供应链的可靠性。

#### **5、公司和神州数码的业务目前怎么合作的，原有的渠道体系有哪些变化？**

答：目前来看，外部宏观经济的压力仍然存在；对山石来说，正处在内部革新的阶段，特别是对渠道体系进行了深度的优化。上半年，在经过和渠道伙伴多次多方面的讨论并借鉴友商的优秀经验后，公司发布了新的渠道管理、考核和激励政策，并提出了渠道白名单的制度。新的渠道管理政策，减少了下单层级、优化了商机报备，使渠道的责权利对等，是对渠道体系进行的规范化、

	<p>系统化改造，并由公司对渠道提供赋能和支撑，从而提升渠道对山石网科的信心和合作力度，调动渠道的生产力。</p> <p>目前公司和神州数码的业务合作，主要聚焦在重点行业和重要区域，并发挥双方各自资源优势。比如在金融行业，将进一步发挥双方的优质客户资源，提升山石网科在金融行业的市场占有率；比如在北京、东北、西南等地区，发挥能力互补，释放山石网科的产品潜力，调动神州数码区域销售团队发现的关于网络安全业务的商机，为山石带来更多的业务增长机会和市场覆盖面。</p> <p><b>6、关于 AI 和 GPT 大模型等技术，山石网科有什么布局吗？</b></p> <p>答：关于 AI 技术，对网络安全企业来说，从攻击的角度，AI 技术的发展，带来了更多的多样化攻击手段和安全威胁；从安全防护的角度，AI 技术的应用，目前可以看到在替代部分人工、提升安全运维效率等方面有明显的促进作用。安全是攻防博弈的过程，山石网科既有的网络安全产品，已经应用 AI 和机器学习技术，持续提升安全检测和威胁分析能力。伴随着今年年初 ChatGPT 及其他 AIGC 服务和模型的推出，考虑到算力、数据等投入过于庞大，山石网科暂时将不会自己生成 LLM 大模型，而是采用现有的大模型，利用“预训练+微调”以及“反馈学习”的手段，将大模型的理解和分析能力尽快应用到产品安全能力的构建中。例如，在 XDR 相关系统之中，直接解析海量的日志信息，发现其中潜在的威胁行为，通过自然语言交互的方式，提出告警、详情和解决方案、缓解措施建议，减少所需的专家人员投入，提高威胁检测效率，向用户提供可持续的安全运营能力。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023.8.31