

# 福建福昕软件开发股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

(2023年8月)

股票简称：福昕软件

股票代码：688095

编号：2023-005

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他(请文字说明)
参与投资者名称	申万宏源证券股份有限公司、申万菱信基金管理有限公司、上海东方证券资产管理有限公司、金鹰基金管理有限公司、中融基金管理有限公司、泰信基金管理有限公司、德邦证券资产管理有限公司、中国国际金融股份有限公司等
时间	2023年8月30日 10:00-11:00
地点	通讯会议
公司接待人员姓名	董事长、总裁：熊雨前先生 财务总监、董事会秘书：李蔚岚女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、经营情况介绍</p> <p>(一) 上半年业绩回顾</p> <p>报告期内，公司订阅转型稳步深入，表观收入增速放缓。公司实现营业收入28,609.40万元，较上年同期增长0.35%，剔除外币汇率波动对收入的影响约5.39%后，较上年同期下降约5.04%。</p> <p>基于订阅转型带来的收入增速放缓和对新产品线的持续研发投入，报告期内公司的净利润亏损，归属于母公司所有者的净利润为-4,745.64万元，较上年同期下降332.60%。</p> <p>(二) 双转型进展</p> <p>报告期内，公司双转型进展良好。公司实现订阅业务收入9,209.12万元，占营业收入的比例为32.19%，较上年同期增长了69.08%。其中，Q2单季度的订阅收入占比近35%，Q1的占比是30%，较此前季度持续提升。公司订阅ARR的统计口径为不少于12个月的订阅业务。报告期内，公司订阅业务ARR的金额约1.86亿元，较上年同期期末增长了85.60%，较上年期末增长了</p>

34.23%。公司订阅相关的合同负债金额近 1.1 亿，较上年同期期末增长了 89.22%，较上年期末增长了 15.91%。公司编辑器产品的订阅金额续费率依然稳定于 90%以上。关于订阅金额续费率的口径，公司系采用存量客户在报告期末的 ARR 较上年同期期末的 ARR 之间的比例进行计算。

报告期内，各主要区域市场的订阅收入增幅明显：北美区域的订阅收入较上年同期增长了 78.69%。欧洲市场的订阅收入较上年同期增长了 115.65%。中国市场的订阅收入较上年同期增长了 23.06%。

报告期内，公司来自渠道的收入亦稳步增长，较上年同期增长 20%，占收入比例提升至 32%。其中，Q2 单季度来自渠道的收入同比增长 25%，占销售收入的比例为 34%，Q1 渠道收入同比增幅为 15%，收入占比为 30%，因此 Q2 的增幅与占比均较 Q1 有明显提升。

### **（三）产品向全家桶模式转型，AIGC 技术创新常态化**

报告期内，公司发布了两条全新产品线 PDF Editor Suite 和 PDF Editor Suite Pro，通过三端合一账号，并集成 eSign 功能的全家桶模式替代原桌面端编辑器为主的产品线，从产品形态的转型助力订阅模式转型。

报告期内，AIGC 技术渐进式集成进公司核心产品，功能创新常态化，拟为用户提供前沿的 PDF 文档与 AIGC 技术相结合的交互体验。公司海外版云产品 PDF Editor Cloud 已率先集成 AIGC，至今已历经四次版本更新，最新版本中 AI 助手的 enhance writing 功能又扩展了多样化的表述风格选项及长短句选项。桌面端编辑器产品也正在加速集成 AIGC 技术。此外，公司在 ChatGPT Plugin Store 发布了新插件 Foxit PDF Assistant，供 ChatGPT Plus 的用户免费使用，提供 PDF 文档和 Office 格式文档的互转功能。

公司计划在中国市场大力发展智能文档处理中台及垂直行业应用的业务，拟基于当前的 AIGC 技术，规划在证券、医疗、法律、供应链、银行、出版、教育等行业的应用，提供智能文档解决方案。

### **（四）短期费用增加，订阅转型影响经营活动现金流**

报告期内，公司研发、销售及管理费用皆较上年同期有所增加。其中，人工成本增加较为明显，系因：1、渠道建设、AI 与新产品的研发均带来新增人员需求，公司较去年年末新增员工约 70 人；2、公司进行了人员结构化调整，为加强海外的经营，海外人员有所增加，由此带来总体薪资的增长；3、美元汇率持续走强，由于公司海外业务以付外币为主，因此同等美元金额下，折算人民币金额也有所提升。报告期内，基于支出增加和受到订阅转型深入的

影响导致订单金额变小的双重原因，公司经营活动现金流为负值。未来，随着订阅转型的逐步推进，订单金额减小导致的现金流压力也将逐渐消除。

## 二、问答环节

### Q1、对公司双转型战略是否有进一步的补充说明？

答：公司在确定双转型战略后，在多方面加大投入：

**1、加大渠道宣传力度：**确立渠道优先策略后，公司逐步将宣传对象从最终客户转变为渠道，核心目标是通过渠道体系接触到并抢占竞争对手的存量市场。

**2、推动售前、售后服务的转型：**公司通过完善对渠道的服务，以加强渠道的活跃度，促成和渠道的更好合作。

**3、提高用户的产品体验：**提升续订率为创造超额价值的核心，如续订率能从 90%提高至 95%，客户终身价值将提高一倍。因此，为了增加客户粘性、提高客户推荐率，公司在用户的产品体验方面加大投入，主动为重要客户发现问题并解决问题。

报告期内，受到通货膨胀以及汇率波动的影响，公司在海外产生的费用增幅较大，在转型过程中，利润在短期内会承受压力，但我们相信长远来看双转型策略将为公司带来更多客户和更高的续费率，这也将是公司长期发展的基础。

### Q2、AIGC 赋能的产品有哪些及公司后续规划？

答：目前 AIGC 功能尚只集成在海外版 PDF Editor Cloud 供客户使用。优先集成于 Cloud 版本编辑器的原因在于云端编辑器能实现产品的快速更迭并可得到客户的及时反馈。尽管目前公司云端编辑器的客户基数并不庞大，但公司已收到客户为数不少的关于 AIGC 功能的反馈，且部分客户明确提出希望增加使用 AIGC 功能频次的需求。公司暂时没有计划对 AIGC 功能进行单独收费，而是希望通过 AIGC 的赋能增加客户的粘性，更多使用公司产品。2023Q2 我们的续费率为 93%，如果能上升到 95%，就意味着客户终身价值将提高 40%。

我们将持续在云端编辑器产品上对 AIGC 功能进行开发以及测试，待产品功能和客户需求稳定后，也会上线桌面端版本。我们也将与渠道商开展紧密合作，以推动桌面端编辑器的 AIGC 集成。另外，我们相信 AIGC 功能将成为公司订阅收入提升的助推器，虽然我们并没有对 AI 功能进行单独收费，但客户需要注册福昕账号，且仅支持在订阅模式下使用相关功能。

**Q3、客户端的 AIGC 集成是否有规划？**

答：公司有规划，目前还没有确切的发布时间。请各位投资者持续关注，如有发布，公司也会及时向市场告知。

**Q4、订阅增速上行的主要驱动力？**

答：1、外部大趋势影响：市场教育充分，越来越多客户接受了订阅模式，并配套了订阅预算。

2、公司从市场宣传、营销到客服都在全力推动订阅：公司最新推出的核心产品线 PDF Editor Suite 和 PDF Editor Suite Pro 只支持订阅。

3、老客户激活计划：公司拟有针对性地将老客户中加购了升级维护服务的部分授权客户优先推动转换成订阅客户。这部分客户愿意选择每年额外缴纳 20% 的升级维护费用，证明对产品/功能的升级迭代有较强需求。公司拟计划将这部分老客户优先进行订阅的转化，以更快提高老客户收入在订阅收入中的占比。

**Q5、订阅收入中新客户的比例？**

答：截至 2022H1，公司订阅业务 ARR 为 1 亿元左右，而截至 2023H1 续费率是 93%，即约 9500 万的 ARR 来自现有客户。2023H1 的订阅业务 ARR 是 1.86 亿元，这意味着过半数的 ARR 都是来自于新客户开拓而来的新业务。公司订阅转型系从去年下半年拉开大幕，可见在此过程中原有客户大部分留存，且新客户的开拓量基本与现有客户量持平。

**Q6、对购买授权并每年缴纳维护费的客户而言，其转换为订阅的动力是什么？授权与订阅产品是否有实质性区别？**

答：新产品线 PDF Editor Suite 和原有的桌面端编辑器有明显的差别，且未来的差别将越来越大。PDF Editor Suite 产品演进方向为向全家桶模式转型，拥有 PDF 编辑器的云端、桌面端和移动端三个形态，并集成了电子签名和 AIGC 功能，仅支持客户在订阅模式下的使用。永久授权下，客户只能使用桌面端编辑器。因此，永久授权客户转订阅，将可以使用更多最新功能，并拥有更丰富的产品体验。

**Q7、分区域来看，欧洲市场作为公司的第二大市场增长很快，美国市场也很亮眼，为什么会出现国内和海外市场增速上的差异？**

答：1、存在增长时间差：前期公司在中国市场的订阅增速也比较快；2、经济形势变化的影响：海外经济恢复情况较好，无明显的需求下滑；3、竞争格局有利：主要竞争对手的发展战略重心有所转移，以及竞争对手的对标产

品上调了价格，使得公司的产品价格比较有优势，整体竞争格局对我们相对有利。4、公司在产品上的不懈研发：公司始终保持对产品功能的持续打磨和创新，以 AIGC 功能为例，公司是 2B PDF 领域中率先集成 AIGC 的厂商，并一直保持相关功能的快速更新。

由于公司在国内外发展的有利因素不相类似，有些在海外发展的有利条件在国内市场不完全适用。因此，尽管公司在国内细分领域地位领先，但核心的编辑器业务发展速度较海外市场慢一些。

**Q8、Adobe 对公司抢占其份额是否有所举措？**

答：Adobe 的 DC 业务虽然一直保持着良好的增速，但 DC 业务仍是其三块主要业务中收入占比最小的业务。Adobe 的战略重心也主要投放于除 DC 外的另外两块业务。现阶段，从整体市场竞争层面，我们并没有感受到竞争对手有采取了市场措施，但在客户层面的竞争上必然会遇到。而且就客户而言，是否进行购买最终还是取决于产品所能带来的用户体验、客户自身的财务规划以及供应商可以提供的服务质量。

**Q9、提价之后，与 Adobe 的价差？**

答：我们与 Adobe 的主要产品在今年都进行了价格调整。调整后，我们依然保持较 Adobe 核心产品价格低 30%-40%的价差。

**Q10、订阅转型后价值增量/生命价值周期会增长多少？**

答：公司海外版编辑器产品一次性授权的价格约为年订阅价格的 2 倍，按照 90%的续费率，订阅客户的终身价值是授权客户的 10 倍，所以只要维持一定的续费水平，订阅转型后客户的终身价值将远超过一次性授权。

**Q11、需要达到多少收入占比双转型战略才算成功？**

答：我们认为当订阅与渠道收入占比均超过 50%才算有效转型。

**Q12、公司对垂直领域的未来布局是如何规划的？**

答：公司对进入垂直领域有两个思路：1、公司作为信息服务提供商，与垂直领域进行高度结合；2、公司对垂直领域客户直接提供最终服务。

经过综合评估，今后公司的发展战略将聚焦于文档应用，在国内的发展重点会是垂直领域的智能文档处理，比如公司的福船图纸管理系统，其应用场景既与文档处理紧密相关，又深入结合了船舶行业的业务场景。

**Q13、发布的 ChatGPT 插件的主要功能？是否有用户使用量的数据？**

答：目前的主要功能是在 ChatGPT 里面实现 PDF 文档和 Office 格式文档的互转，后续会增加更多的功能，并把 ChatGPT 和这些功能整合起来，实现

通过发送指令即可调用对应的 Plugin 来使用相关功能。

Foxit PDF Assistant 系在 2023 年 8 月 7 日发布，已有客户使用，由于发布时间较短，用户数量尚未形成规模，但公司已收到不少客户的咨询和反馈。

**Q14、插件是否进行收费？**

答：目前没有收费。ChatGPT Plugin Store 还没有明确的商业模式，上面的 Plugin 对 ChatGPT Plus 的用户皆免费使用。由于 ChatGPT Plugin Store 拥有众多客户和庞大的潜在人工智能爱好者，Foxit PDF Assistant 的发布，可以有效提升公司的知名度和影响力，也有助于向潜在用户普及公司的核心产品。未来，Foxit PDF Assistant 会持续完善更多功能。

**Q15、上半年渠道带来的新商机给公司带来了多少收入贡献？**

答：从订阅业务 ARR 来看，约 30%的收入是由渠道带来的。分区域来看，国内市场大部分商机由渠道带来，渠道的整体转型较快；在海外，由于大部分客户为直销客户，渠道转型相对较慢。为了促进渠道的转型，公司设立了商机登记机制，渠道已登记的商机如最终成功转换，渠道可拿到更多佣金。基于此，渠道发掘商机和转换商机的积极性也更高了。

**Q16、上半年公司人工成本增加较明显，预计后续对人员需求的情况如何，对费用的影响有什么变化？**

答：公司以严控人员增长为原则。后续除必要性的人员增加，不会再有明显的人员增长，主要由于：1、公司倡导并力推员工使用效率辅助工具，以提高工作效率；2、公司战略转型的人员需求已得到一定满足；3、公司会聚焦已在开展的新项目，促进这些新项目的商业化运营，力争早日实现收入，同时减少战略性项目。

**Q17、渠道宣传和激励策略的具体做法？**

答：渠道宣传与市场宣传有所差异。市场宣传面向的对象主要为终端用户，客户的长期采购具有不确定性，而我们和渠道则需要保持长久的合作与利益共赢。因此，公司的渠道宣传不止于获取新客户，更主要的目标是提高渠道满意度。基于此，我们加大了对渠道团队的投入。我们对渠道宣传的举措包括但不限于：1、公司提供优质的产品，这是渠道合作基础；2、公司在商业、运营与服务模式等方面跟上渠道的需求。

附件清单（如有）	无
----------	---