

证券代码：300170

证券简称：汉得信息

## 上海汉得信息技术股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2023-002

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（2023年半年度报告交流）
参与单位名称及人员姓名	安信证券股份有限公司杨楠、马诗文、易羽心、范根根；中金证券韩蕊、谭哲贤、罗文萱、赵千帆、刘一哲；北京沅沛投资管理有限公司孙冠球；北京泰德圣私募基金管理有限公司徐正敏；博道基金高笑潇；东北证券韩瑶、俊如；东吴证券王熠晗、王世杰；多鑫投资成佩剑；富安达基金管理有限公司沈洋；国泰君安证券杨昀凡、李博伦、徐巍、蔡浩磊国元证券耿军军；湖南轻盐创业投资管理有限公司韩捷；华安基金管理有限公司陈瑜；华安证券傅晓焯；汇添富基金管理股份有限公司李泽昱；混沌投资徐中杰；嘉实基金管理有限公司李大炎；建信保险资产管理有限公司杨晨；开源证券李海强；名禹资产陈美凤；明世基金付梦晨；上海和谐汇一资产管理有限公司章溢漫；申万宏源证券徐平平；申万菱信基金管理有限公司龚云华；西南证券邓文鑫；永赢基金管理有限公司慎胜杰；中邮人寿保险股份有限公司张雪峰、朱战宇；泰来基金刘义应；信公刘雪滢；
时间	2023年8月29日下午15:30-17:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书黄耿先生；财务总监沈雁冰先生。
投资者关系活动主要内容介绍	公司于2023年8月29日（星期二）下午15:30-17:00举行2023年半年度报告网上业绩说明会，本次业绩说明会采用电话会议的方式举行，主要内容如下：

## 1. 半年报基本情况介绍

从收入角度来看，同去年同期相比维持稳定。从利润角度来看，因为去年上半年有一笔大额的投资收益，所以波动较大。从扣非后净利润的角度来看，因为近两年公司处在恢复期，基数相对较小，故波动相对大一点。从现金流的角度来看，相比去年同期有所好转，一方面是因为去年大环境的原因，另一方面今年公司管理方面也进行了改善，所以整体看起来会比去年同期更好一些。销售费用方面与去年同期相比增长显著，主要是今年相比去年商务活动会更活跃一些，差旅需求也增多了，从年初的预期来讲，整个市场还是比较活跃，各种招投标相对比较多一些，在获取相当收入的同时，可能投入的销售成本也会相对高一些。此外，与去年同期的无形资产相比，摊销费用有所增加。财务费用相对来说有一个正向的反馈。一方面由于汇兑收益较上年同期大幅增加。另外今年四月，公司提前赎回了可转债，导致利息费用下降。从研发投入来看，增长相比销售费用和管理费用少一点。年初公司预期研发投入应该相对是比较持平的，但因为AIGC的兴起，我们快速加大了相应的研发投入，这是我们在这个领域实现突破所必须的投入。从现金流角度来看，有一部分特殊的原因是汉得保理这块业务，公司可能会慢慢的把这块业务做一些缩减，所以本身它会有一部分现金的回流；当然更多的原因还是在于我们对收款的管理，今年上半年我们整个的回款同去年同期相比会好一些，所以两方面原因叠加起来，使得现金流跟去年同期相比还算不错。

从业务的角度，公司业务大概分4大类。其中，产业数字化业务增长会相对快一些，因为从业务数字化转型的角度来看，制造、营销和供应链的刚需度是比较高的。财务数字化相对产业数字化慢一些。财务的刚需没有制造营销供应链高，两块自主业务相加起来，基本上还是沿着原来的计划在

走，也就是说自主业务占比现在还在进一步提升，去年同期是 47.11%，现在上升了大概 4%到 51.04%。所以这部分业务是在波动中维持既定的继续去加大自主软件业务的策略。泛 ERP 今年略微有些增长，因为去年这块业务是略有下滑，今年在调整过后，慢慢又回到了一个缓慢增长的通道上，当然毛利率可能在短期会有一些波动。IT0 这块从去年 Q4 开始有一些比较明显的下滑，包括毛利率也在下降，经济大环境影响可能对 IT0 这块收入的冲击相对较大，尤其这块本身也不是汉得主要的核心竞争力所在，但对比 Q1 的情况来讲，下滑的速度以及毛利率的下降趋势都在放缓，公司也一直在注意控制这块的风险。尽管自主业务今年比较困难，但毛利率也还在慢慢增长。

今年总体市场环境不及预期，在 1、2 月份的时候能看到整个市场的回暖趋势，所以公司在早期做的一些计划比较乐观积极。从三、四月份开始市场环境略微不如预期，但是在那时候也没法笃定，到五、六月份趋势慢慢相对清楚一些，今年总体市场环境不达预期，所以导致订单的转换效率明显要低于往年。今年，下游企业的需求并没有下降，也并没有放缓，反而是在增加的，但今年较往年不一样的是这些真实的需求在最后落成订单的时候，整个周期会加长，并且整个的转换率可能相对来讲也会比往年低很多，中间可能会有很多的商机处于停滞暂缓的一个过程。坏账这方面鉴于今年公司内控管理加强，再加上汉得的业务成熟度本身也在提升，所以健康度有所上升。在今年并不是特别理想的状态下，能够在这些方面有所提升，也给了管理层一个比较好的信心。

今年比较特别的是：1、7 月底的产品发布会，公司不仅是简单的发布一个制造产品或营销产品，公司发布的是一个产品体系。这个产品体系是我们过去几年比较好的一个总结和提炼，因为过去几年汉得的产品推出之后，更多的是在头

部企业去做一些共创建设过程中也向头部企业学习了很多成功的经验，所以我们积极利用这些经验，正式的发布了我们整个成体系的产品，相当于从单一供应进化到了整个体系化输出，对于一家产品类的公司，尤其是对 B 端服务的公司来讲是挺重要的一件事情。2、AIGC 领域整个节奏很快，二、三月份开始兴起，后面三、四月份琢磨出来了，公司快速地完成了一些突破，也形成了一些公司成型的产品。包括 AIGC 中台以及一些跟各个业务领域的场景应用，现在也都陆续推出来。未来，市场需求将慢慢增多，公司对此部分业务还是充满信心。3、公司开展数据中台业务也有四、五年，因为公司专注于做企业的数字化服务，而我们与头部企业合作的机会较多、较早，所以公司自然而然很快会去发展这块业务。这次我们将升级版的数据中台 H-ONE 正式推出，公司是希望帮助企业去构建一个复杂的数字化的应用结构的情况下，形成一套融合数据的体系。这个理念是当时与很多头部客户去沟通之后得到大家的认可，所以后来我们把它叫做 H-ONE。4、在信创的领域，信创目前也在逐个领域慢慢发展，目前第一步可能还是一些最简单的或者最直接的硬件数据库操作系统等，下一步一定都会受到应用。现在 B 端的很多企业其实都开始着眼于探讨应用端的信创如何去建设发展，可能有一部分企业现在开始走出来，但是相对来讲整个大市场还没有真正的发力。在这个领域我们这段时间还是持续的会去参与一些活动，所以整个的品牌力也在持续的提升。

从市场的展望来讲，这也是公司未来保持一个非常坚定的信心的主要的一个来源。现在短期看起来情况不算太好，但是公司从长期来看还是非常有信心的。首先，公司从接触的客户中，我们看到的是企业的数字化建设需求仍然在快速的上升，现在没有去转换的最重要的还是在于下游的企业本身的业务发展的信心需要恢复。第二个是 AIGC 数据管理，还

有信创等，我们认为这将是未来发展的趋势。B 端的市场启动有一定规律，通常来说 B 端启动需要有较长的一个前置期，因为其中涉及大量的投入，包括可能涉及到很多的业务领域。企业内部要做足准备，才可能会去启动。所以我们自身要做足准备。当做足准备了之后，市场爆发了之后，每个领域尤其在爆发的初段，其实都会有一些红利，因为这个时候竞争没有那么多。企业端的这种投入还有面临的竞争可能相对来讲都会比较好一些。

7 月 28 号正式发布的数字化的产品体系，可能大家以前更多的会关注具体的应用，比如制造、营销、财务等，但其实经过这几年的打磨，公司已经能够供应给企业的不是一个简单的单品，已经形成了一套完整的体系，有技术的大平台去支撑企业去做全面数字化转型。这里面包含了汉得的一些应用，也用了外界的很多的应用，需要有一个大的平台来构建整个的融合的一个体系，这个平台现在准备好了，因为在过去几年也经历过好几家行业响当当的巨头的试炼，经过了锤炼之后，基本上它也已经相对比较成熟，也成为好多家巨头企业他们的一个选择，现在公司也慢慢的逐渐去把它正式推向市场，作为汉得整个体系输出的一部分，构建公司的几大应用，制造、营销、财务、供应链，这是比较传统的，但是在这里边在今年又新增了两块非常重要的一个公共的能力，一个就是 AIGC 还有另外一个就是公司的数据管理，这个是在 7 月份的时候公司对外去发布的。公司想体系化的输出，从单品输出到体系化的输出，其实是标记着整个产品力进阶了，因为在 B 端的软件企业里边，最厉害的一些软件公司最后它都是体系化的输出，包括像 SAP、ORACLE，包括国产软件的用友、金蝶其实都是这样，都不是单品的供应，汉得现在既然坚定了做产品化转型，也有这种土壤能孕育出来这样的一些能力，汉得会形成这样的一个体系化，未来去做全面

的输出，这个是今年非常重要的一个成果了。第二块是大家前段时间比较关心的 AIGC，公司在这里一开始是做了很多的一些场景，确实也得到了市场的一些认可，在后期市场会更早的去爆发的是通用工具的一个购买，因为客户要去购建一个企业的 AIGC 的整个的 AI，是需要打好基础的，所以公司在 7 月 28 号正式发布了 AIGC 中台。后面要去关注的真正 AIGC 本身大模型的能力，它本身能带来的市场空间并不算太多，但是它真正的意义在于它能让所有的业务都用 AI 重新构造一遍，这个是它能带动的一个非常大的市场空间。公司现在形成了 H-Copilot 的 AIGC 中台，按照自己的自主的产品工具，现在先推进市场，现在也正在热售。刚开完发布会之后，很快我们就收获了正式的订单了。今年公司的目标不是一定要签很多，而是能够找到一些案例，把它做扎实了，为真正的市场爆发做足准备就好了。

数据中台方面沉淀较深，H-One 数据中台其实在过去这一段时间内也还是收获了很多权威认可，并且我们加入了很多专门的组织，前段时间也跟国家数据交易所做了一些探讨，可能很快我们将会成为数据交易所正式认证的数据管理的合作伙伴。最后就是刚才所说的信创，公司现在更多是在提升自身信创的品牌力。今年我们发现在很多信创的排名里边，汉得都是比较被动的被评选进去，但这也代表了市场对公司的认可。公司前段时间在北京也组织过大概 10 家左右的央企探讨，大家一起讨论信创，应该也还是获得了市场的认可，后期公司还会再继续加大这块的活动，持续去提升品牌力，蓄势待发。

公司还是坚信市场信心会恢复，因为这些需求还是看得很清楚，虽然现在转换稍微慢了一点，所以公司会保持积极的市场开拓的投入。因为现在不去投入，可能等到这些订单开始转换的时候，这个机会就会流失掉。大家现在看到公司

的销售费用比较高，但是下半年并没有说要因此去减缓，去适应市场短期的一些情况，还是会去保持市场的投入，但也不会过分去追求增长，如果要去追求增长，确实风险会相对比较大，公司会适度的来把握平衡，比如传统业务方面控制风险可能会重于追求增长，也会去找到一个平衡点。在 AIGC、数据要素这些领域，汉得会抓住一切能够抓住的机会，因为现在算是有些先发优势。此外，公司持续优化效率，顺势可能会优化调整一些小的业务线。

**提问 1：如何考虑 AI 领域的进一步的商业化，还是以卖中台为主吗？还是会考虑卖一些应用？**

答：AI 的市场需求都是在探索过程当中慢慢清楚的，现在部分企业并不太清楚其用途和必要性，大家更多的还是在探讨的过程中，但是现在慢慢也会发现很多客户也慢慢想清楚了其中的一些场景，真的会开始去投入。在这个过程当中，现在 AIGC 中台先行主要两个原因，一个是 AIGC 中台里本身就已经有一些比较简单的应用，所以这个是很多客户一看就非常感兴趣的一个点。客户不用去摸索怎么对接百模，怎么去做一些该有的像安全审计的控制之外，里边还带有一些简要的应用，7 月 28 号的发布会，以及公司的公众号，有个回放大家可以看，包括一些简单的对话、快速搭建一个知识库、经营助手等。这些都有助于大家在内部去推动 AIGC，并且让大家对 AIGC 有更清晰的认知，而且可能大家在需求没清楚之前先买这样的一个工具，对企业相对来讲投入也比较有限，会比较容易，但一旦切进去之后，接下来企业都不会说只是停留在买一个中台去用这些简单应用就好，大家都非常清楚下一步一定是要让很多的业务能够变得智慧化。公司现在除了销售中台，接下来也会做相关的一些应用产品，这些应用产品前期可能没有办法一上来就做一个非常完善的产

品，所以可能会先做一些小的场景。这些场景公司会跟着一些头部的客户一起把它做大，做大的过程当中慢慢的会有一些需求，会去汲取这些养分，逐渐的把产品变得很成熟，比方说一个营销里边应该具备哪些助手，这些助手他应该覆盖的场景有多少，相信经过一两年的这些项目的服务之后，就会变成标准化越来越高的产品，所以公司会抓住一些机会先去服务一些头部客户。

**提问 2：整个下游行业的需求虽然有，但是整体从需求到订单转化还是比较难的，在相对变卷的环境里，如何发挥自己的差异化的能力去拿下项目呢？**

答：差异化肯定会有，为什么我们一直坚持产业数字化这块作为一个重点，因为这块确实跟企业的这种行业特性相对关联度会比较高。在开展业务时，尤其是像制造业，现在很多低端的产业也逐渐被淘汰掉，相对来讲中高端的制造业，其实它对数字化依赖还是很高的了，之前经常跟大家讲，公司好多客户都是工厂都还没有开始生产，已经要先把数字化的这套软件要布局进去了，所以这里面会去追求一些行业的差异化，去形成一个壁垒。

公司业务之间其实也都是有一些联动关系的，比方说现在很多的制造型企业或者一些消费品企业，其实它要做整个的数字化，比方说要去打通整个成本领先这种能力，它不是简单的上一个制造的数字化或者上一个财务数字化就可以了，它是需要有整体的解决方案能力。在这一点上相对来讲，公司相比绝大部分的友商还是具有优势的，因为可能像我们这样能力比较全面，并且以前是有深厚的 ERP 背景的这种公司，在做这种解决方案方面，相对来讲是会比较受客户的青睐的。公司在 ERP 这个领域有多年积累的一些优势，现在我们在开拓一些 ERP 订单的时候，往往会带着我们的自主产品业



务一起去竞争，因为客户会非常的看重，尤其像一些制造业企业，一定会去关心 ERP 建设了，MES 建设的时候怎么打通？再进一步的供应链怎么去打通？所以这是我们构建的独立优势的点了。当然再往更长远的看，技术中台在过去几年在往前比较务实的去推动，但现在也会发现我们的技术平台慢慢也会成为公司差异化的重点，因为确实现在有很多的客户在外面招投标的时候，都会要求友商也要具备我们 H-ONE 上面的一些服务能力，所以技术中台慢慢的也会成为差异化能力，但这块毕竟我们现在才刚开始发力，所以也不能说现在就已经很明确，但是能看到有这样的一个趋势。

**提问 3：技术中台这边大体是怎么样的商业模式，中台大概能卖到多少呢？**

答：中台相对比较庞大，目前售价基本上是定在百万级，当然也会有一些客户可能要求比较高一点，售价也更高一些，可能达到千万级。对一些源码要求没那么高的，正常的售价可能在百万级。当然还有一部分客户可能会选择只是买其中的一部分，有可能就是一个几十万的定位。

**提问 4：产业数字化和财务数字化的订单增速以及下半年规划？**

答：产业数字化和财务数字化在所有订单里增速相对来讲高一些，尤其是产业数字化，现在从订单的角度来看，会比收入增速略微高一些，但也确实没有高出太多，算比较接近。产业数字化收入大概增速在 15%左右，订单增速大概是在 15-20%之间。财务数字化今年相对来讲，迫切度相对没有那么高，现在的增速在三个多点左右，所以订单的增速大概也是个位数，在 5-10%之间。

**提问 5：全年指引？**

答：年初确实是比较积极乐观一些，计划是 20%的增长，Q2 下调了预期。从目前来看，收入端可能在 10%的左右。利润端的指引今年确实比较难给出，主要是因为过去这几年公司本身也还在恢复期，大家看到去年利润很高，但主要来自于非经常性损益，这导致今年同比去年波动会很大。从目前来看，今年要去追求利润的增长可能不是一个好时期。利润我们还是以维稳为主。当然有一点是比较确定的，毛利率的提升一定会坚持下去，至于销售的损耗或管理的损耗，尽可能去压缩控制。今年以建设能力维稳，控制风险为主。

**提问 6：AI 方面目前的布局进展有没有一些典型的客户案例？目前 B 端客户这边对于 AI 的需求到底是个刚需还是一个伪命题？能不能对它进行议价的收费？**

答：现在是已经有签订的订单在实施了，可能还会有几个订单马上会落下来，但我们一向还是比较严谨的，没有做完的订单其实它不能称之为案例。严格来讲现在不能说有案例，如果过程中有一些成果，到时候会跟大家去公布。因为毕竟现在 AIGC 这个东西才刚出来，我们觉得能快速的在 7 月份下单，其实已经还算进展比较快了，因为 B 端一般启动都比较慢。

从现在来看，AIGC 需求不像四五年前 AI 浪潮，那时候可能更多还是概念的炒作，所以在过去几年都很缓慢，只是在做一些局部的应用，大家很少专门去探讨这件事，但今年 AIGC 还是很不一样，今年我们在外面做了几场 AIGC 相关的一些演讲，基本上每次演讲完之后，就会有很多的客户打电话过来主动探讨。从这个角度来讲，可以去佐证 AIGC 现在可能已经成为一个真需求，必须得快速去把 AIGC 应用起来，再去探

索怎么样能够改善业务。因为 ChatGPT 出来了之后，大家能看到的离自己生活更近了一点，能看到的增效地方越来越清楚了，所以现在很多企业都很担心，没有去拥抱这块，后面可能也就落后了。在这个过程中慢慢的有很多的客户也想清楚了一些场景，并且这些场景都是非常明确的能提升效率。比方说上次发布会，除了 AIGC 中台，还演示了一个车间管理的非常典型的案例，在制造业客户中击中了很多人的痛点，因为那个场景确实在 AI 的推动之下，大家都很明显的看到这里边对人的依赖，减少人员投入的点都是能够算得出来，所以大家的需求一定是会越来越清楚。现在到下半年了，很多企业都在梳理明年的预算等，我们觉得明年上半年应该能看到更多的订单出来。

**提问 7：如何看待 ERP 跟 AI 的结合？甲骨文和 SAP 等全球龙头在 AI 领域会有什么样的动作？公司的海外业务是否会受到相应的影响？**

答；AI 应该是各个领域都有的趋势，并不太限于哪一种专业系统，其实 MES 也好、营销也好、ERP 也好，都会有这个趋势，但我个人觉得 ERP 领域加 AI 的场景可能不会那么多，因为 ERP 现在越来越成为一个中枢的系统，它更多的是一些粗线条的管理和连接，受众面的用户量也不会太大，以前可能大量的财务，大量的制造型的用户，营销用户都在同一套 ERP 里去，但现在慢慢大家都会去发展专业的数字化的软件，所以这些用户都会分流到其他的软件。用户少的地方，其实 AI 能够起的作用相对来讲就会少一些，但不是说没有，所以我认为相对来讲不会那么多。SAP、Oracle 以及微软本身他们一定都会去做产品上加 AI 的事情。AI 因为也有海外的业务，尤其是 OpenAI 在海外现在也没太多限制，所以现在汉得

确实也是在积极开拓这块的一些市场，但毕竟汉得的主力部队主要都还是在国内，所以可能开拓的效率不会像国内那么高，但现在公司借助一些合作伙伴，包括汉得在日本、新加坡、美国这三个地方的子公司，今年力量也都在明显的加强，所以最近公司同步在海外找一些跟 OpenAI 相关的机会，我相信这块如果后面上了轨道之后，订单也会显著增加起来。

**提问 8：目前订单的趋势如何？下半年订单的情况？公司内部有没有在提高执行力方面，在整个经营的效率提升方面还有一些探索或相关调整？**

答：Q1 的订单看起来非常的好，进入到四五月份稍微有些放缓，5 月份也还可以，但 6 月份就开始有些放缓，7 月份看起来又好像相对恢复到正常一点，8 月份这段时间来看跟 7 月份差不多，所以整体来讲不温不火，比去年会有一些增长，但确实不算太多，所以我们判断今年节奏不会太快，公司一直还是比较有信心，在于今年商机的池子里边的真实需求，同比去年还是有比较显著的增加。公司除了管理合同也会管理商机，商机金额评估后比去年同期增长 25-30%左右。

今年公司有在提高执行力这方面去做一些努力，市场不好的情况下，公司也会把比较多的精力放在内部上面。为应对市场增长不及预期，之前公司做了一些储备，显然上半年没有增速的时候，这些储备的成本相应的会多出来。这种应对的机制本身我们最近也密集在探讨，包括薪资的结构、绩效的政策，正好借着这个机会大家可以去好好的优化，这样去应对以后的波动相对会好一些。此外，公司内部的项目的效率执行力各方面我们都在做一些探讨和优化。最近公司也在强化包括产品的研发效率，产品的营销效率，交付效率等方面。至于说内部的后台行政管理，我们倒觉得这块现在能提升的空间不会太大，因为我们一直以来都是比较精简的架构，更

	<p>多还是在业务执行方面，我们会去采取一些措施改进。接下来的几个月会持续去做一些优化，顺便我们也会把一些可能并不是特别好的一些小的业务产品线做一下调整合并，这些也都是我们在提高执行力，提高交付效率这方面会去做的一些事情。</p> <p><b>提问 9：未来对于公司海外业务的指引或规划？</b></p> <p>答：海外市场方面，今年日本市场还是不错的，公司也在加大这块的一些投入，今年公司日本那边的订单可能会比去年要多很多，但确实还有很多不可控的因素，所以公司还是比较谨慎的，比如前段时间大家都在探讨，日本有很多的老客户，会不会因为一些政治的因素，有些订单就不能直接给到我们，有可能要采取一些曲线的方式才能给到公司，这些都算是风险，当然现在目前还没有实质的影响，但是我们觉得也不能够把太多的期望压在海外市场，会根据过程调整策略。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 8 月 29 日