

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：2024-01

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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</p>
<p>参与投资者及机构名称</p>	<p>中金公司、国信证券、兴业证券、循远资产管理（上海）有限公司、海富通基金管理有限公司、国泰基金管理有限公司、上海泾溪投资管理合伙企业(有限合伙)、郑州云杉投资管理有限公司、上海牛乎资产管理有限公司、鸿运私募基金管理（海南）有限公司、工银国际控股有限公司、华夏财富创新投资管理有限公司、上海名禹资产管理有限公司一名禹大道港股通私募证券投资基金、广发证券股份有限公司、中银基金管理有限公司、深圳中天汇富基金管理有限公司、北京致顺投资管理有限公司、东北证券股份有限公司、深圳市尚诚资产管理有限责任公司、平安证券股份有限公司、上海睿郡资产管理有限公司、中泰证券股份有限公司自营部、华宝信托投资有限责任公司、中国民生银行、新余川流投资管理有限公司、青岛双木投资管理有限公司、明世伙伴基金管理（珠海）有限公司-明世伙伴胜杯 28 号 12 期私募证券投资基金、长城财富保险资产管理股份有限公司、泰康资产管理有限责任公司、广发证券、同犇投资、华泰柏瑞基金管理有限公司、华泰资产管理有限公司（保险）、信达澳亚基金管理公司、大家资产管理有限责任公司、富安达基金管理有限公司、新华基金管理股份有限公司、大朴资产管理有限公司、APS ASSET MANAGEMENT PTE LTD、民生加银基金管理有限公司、深圳市明达资产管理有限公司、五矿国际信托有限公司-五矿信托-海源 13 号集合资金信托计划、TEMASEK FULLERTON ALPHA PTE LTD、东海基金管理有限公司（筹）、南方基金管理有限公司、德邦证券股份有限公司、景顺长城基金管理有限公司、上海华平投资管理有限公司、国投证券股份有限公司、深圳市微明恒远投资管理有限公司</p>
<p>时间</p>	<p>2024 年 2 月 5 日</p>
<p>地点</p>	<p>线上交流</p>

<p>上市公司参与人员姓名</p>	<p>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 副总经理 蒋东毅 董事会秘书 唐琰</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>第一部分：2023 年经营情况回顾及业绩预告解读</p> <p>根据公司财务部门初步测算，公司预计 2023 年的营收区间为 9.7-10.1 亿元，同比增长约 19.52%-24.45%；预计归母净利润将出现亏损，亏损区间为 2.0-2.4 亿元，同比亏损扩大约 9.59%-31.51%；扣非后归母净利润的亏损区间为 2.1-2.5 亿元，同比亏损扩大约 1.80%-21.26%。</p> <p>公司预计 2023 年度归母净利润较同期亏损有所扩大，公司管理层对此进行了原因分析与总结：</p> <p>其一，从收入端来说，2023 全年公司营收实现了稳定增长，高于同期的行业可比平均增速，但增幅低于公司的规划预期。</p> <p>其二，从投入端来看，公司的费用投入主要是研发和销售两个方向，主要投在了人这个资产上，以巩固和提升中长期的竞争力。因此，我们除了看到投入的增长，更要关注投入背后的意义。自 2023 年以来，公司进行了较大幅度的组织架构调整、营销体系优化、渠道生态圈搭建等工作，因此销售费用较上年同期有所增长。同时，为巩固产品技术优势、加快信创产品线的推出，公司亦保持了在研发方面的持续投入。此外，报告期内，内部激励政策执行产生的费用也较上年同期有所增长。其中，如若保持与 2022 年同口径下的比较，即剔除掉因人员架构调整、发放内部奖金这两部分费用的影响，公司 2023 年归母净利润亏损相较去年同期是有所收窄的，按照业绩预告时点的数据测算，同比收窄幅度约 15%。</p>

其三，其他方面的影响，例如非经常性损益中的科技项目补助和募集资金理财收益同比减少约 1,379 万。

整体上，2023 年是公司调整磨合的一年，也是持续改善的开始；此前我们曾将这个过程视作是“开着车子换轮胎”，显然这需要同时兼顾多方面的需求。报告期内，公司基本完成了营销及运营体系的架构调整，并开展了“商机管理、生态升级、信创战役、芯片战略”四大硬仗，通过四大硬仗的实施推进，公司的运营和人均效率有所提升、资金效能有所改善、回款能力持续提升、经营性净现金流差额逐步收窄、在合作伙伴中的品牌影响力有明显提高、收入结构进一步多元化。但同时，我们也注意到公司在控费增效方面仍存在较大提升空间，因此 2024 年，公司将会在此前基础上进一步提炼新的四大硬仗方向，继续以健康发展作为经营目标，持续注重过程管理，并将在现有“四部一中心”的营销体系基础上引入事业部制管理模式，以重点加强公司盈利能力的恢复。

第二部分：投资者交流提问

1、公司新四大硬仗的方向是什么？

答：2023 年，公司开展了“商机管理、生态升级、信创战役、芯片战略”四大硬仗，整体上实施效果符合预期。基于不同的发展阶段，公司会对短期的战略方向进行整合与调整，不断形成不同时期的重点工作方向。2024 年初，公司制定了今年的四大硬仗，今年的四大硬仗是在 2023 年实施基础上进行了升级整合，其中如商机管理、生态升级已经形成良好的实施节奏，将持续开展。2024 年的四大硬仗初步总结如下：

硬仗一：百客计划。公司贯彻“以客户为中心”，从一线到管理层都需要深入到客户现场，贴近客户需求。公司拟筛选约 100 家符合目标设定要求的客户进行重点开拓，将会针

对这类标杆型、价值型、有市场突破意义的客户群体进行资源倾斜，以带动公司整体收入规模的较快增长；

硬仗二：芯片战略之迭代。在 2023 年芯片战略基础上持续推进，目前进展顺利，并于 2023 年底具备第一次流片的条件，目前等待制片厂家排期；结合内外部条件来看，公司预计 2024 年 3 月中旬进入 ASIC 安全芯片的流片环节、7 月末芯片返回并进入芯片的测试验证环节。按乐观估计，2024 年末有望推出搭载 ASIC 安全芯片的系列硬件平台。由于芯片从研发到应用涉及多个环节，不确定因素较多，公司也需要及时根据实际情况调整规划安排，具体进度还请以进一步的公司公告或官方渠道披露的内容为准；

硬仗三：信创战役之挺进。在去年信创战役基础上持续推进，2023 年是信创产品的准备阶段，并未重点发力信创的销售，但同比增长了近 90%，已显现出客户端比较强烈的信创需求，预计 2024 年信创的市场需求会更加明显。因此公司将进一步加强对信创业务线的支撑力度，希望在今年贡献更多销售份额；

硬仗四：安服升级。作为网络安全公司，不仅需要产品能力，还需具备安全顶层建设的能力，因此公司将安全服务提升到公司级战略。该硬仗的开展，计划以数据安全治理为切入点，聚焦能源、医疗等行业，以数据安全、网络安全为主，优先在苏州区域及老客户群体进行开拓。

2、公司营销体系引入事业部制，具体是什么情况？

答：如果我们将去年营销体系人员架构的调整看成是改革的 1.0 版本，那么制度的调整就是营销改革的 2.0 版本。通过过去的实践，我们意识到表面上反映出的是销售能力不足的问题，实际上是公司干部、流程、文化的问题，需要从源头进行改善。

公司在大客户部、中国区域销售部、海外销售部、解决方案营销中心等营销单元的基础上引入了事业部制，明确各人的责权利，目的是为了加强销售单元利润考核，更快地改善综合盈利能力，加强成本费用的管控，以调动员工积极性、提高销售人效，并提高投入产出比。目前，公司原大客户部为第一事业群、原中国区域销售部为第二事业群、原解决方案营销中心为第三事业群，原海外销售部改为国际事业群，更加聚焦拉美、东南亚市场，并进一步将海外市场进行细分，单独设立港澳事业部，从国际事业群独立出来，精准开拓。除了考核方式和组织形式的改变，公司会为各事业群配备运营总监，以协助并督促公司业绩目标的达成。事业部制将成为未来3-5年的公司营销体系的架构基础，在后续运营中，公司也将不断根据实际情况及时调整，以发挥其最大效用。

3、2023 年的净利润仍处于亏损状态，2024 年能否看到扭亏为盈的趋势？

答：2023 年是一个磨合调整的年度，在组织架构和过程管理的系统化建设方面花了比较多的时间，也为此投入了较多的费用，包括人员的优化和引入，费率有所改善但从目前的财报上看还并未能完全体现出控费增效的效果。2024 年，在收入端，公司仍将以超过行业平均增速为目标，努力实现销售规模较快增长；在利润端，公司已将主要营销单元改为事业部制，将对利润的考核细化到前端的业务单元，是有助于公司从根本上做好投入产出的控制和平衡。此外，公司也将做好各部门预算控制，继续推进过程管理，持续提升运营效率和人均效率。因此，整体上，2024 年公司是以减亏为目标，朝着扭亏为盈的方向努力。

4、和神码合作是否已经有具体案例可以介绍，重点行业客

户的标杆项目突破能否介绍？

答：与神码的合作目前主要体现在金融行业，我们在借助神码的资源配合下，成功中标了某国有大行的项目，在该细分领域树立了标杆项目。2023 年公司的四大硬仗之一为生态升级，意味着公司不仅仅局限于和神码之间要加深合作，还要广泛地扩展与渠道伙伴的合作深度。截至 2023 年末，公司渠道代理商签约数量约 1800 余家，报告期内渠道代理商贡献商机数量约 9 千余个、总计贡献销售金额约为 9 千余万，并诞生了千万级体量的白金渠道代理商。

公司 2023 年完成了多个重点行业客户的标杆项目，例如公司 2023 年通过了华为云的厂验，与其合作了集成类项目，在与华为云已经建立良好合作的基础上，为后续的长期合作奠定了基础；例如公司的多个业务线实现了浪潮云的入围；例如公司与徐州地铁达成的综合性项目，项目金额较高，预计可达千万级，在轨交行业打造了标杆。

5、FPGA 产品在 2023 年的表现情况，以及 ASIC 芯片完成后，对新产品的预期如何？

答：FPGA 业务线主要是搭载 FPGA 芯片的防火墙产品，从 2022 年正式开始进入销售；根据业绩预告数据，其 2023 年销售金额大于 1,000 万，同比增长近 3 倍。基于 FPGA 产品的性能大约为 300Gbps，适用的客户群体主要有互联网公司、银行、证券、保险等金融客户，尤其是在快速交易、低延迟场景下具备较高竞争力。公司计划 2024 年推出几款基于 FPGA 信创平台，保持公司在信创中高端平台的性价比优势，有望继续保持较快增长趋势。

目前 ASIC 硬件平台的准备工作已基本完毕，等待 ASIC 芯片流片完成后进行调试。预计公司后续 60% 硬件产品业务线都搭载 ASIC 芯片。

6、第一大股东为什么在这个时候选择增持，对山石未来还有什么规划？

答：第一大股东神州云科在这个时候增持的用意不言而喻。首先肯定是表达对山石网科后续发展的信心和支持，尤其是在市场情绪较为低迷的时候，需要传递信心，以及将要持续改善的决心；其次，神州数码对于山石的投资不是财务投资，是战略投资，希望通过这个合作帮助山石解决短板问题，实现合作共赢；另外，这也侧面说明了，公司第一大股东对 2023 年双方合作的第一年的工作表现表示肯定，公司与神州数码都看到了网络安全的发展机会，以及山石网科可以上升的市场空间。未来，第一大股东还将进一步加强对山石的资源倾斜，加强业务协作，希望以双方优势互补提高市场竞争力，通过推动山石盈利能力的逐步修复，分享企业成长的收益，实现股东价值最大化。

7、展望 2024 年，不同行业的景气度？

答：公司 2024 年的业务规划以“重点区域、重点行业”为布局策略，例如苏州、深圳为重点区域，具备可挖掘市场空间较大。从行业来看，金融是公司基本盘，客户需求较为稳定，公司前期也做了较多积累，有不少标杆型项目在国有大行陆续落地；运营商方面，公司希望在集采的基础上加强在政企客户方面的合作；能源行业方面，公司单独设立了事业部，且看好该领域的信创需求；轨道交通行业方面，公司以地铁项目为突破口，后续可持续挖掘。整体上，除政府外，其他行业的需求较为稳定，或处在恢复回升趋势中。

	有关公司本次交流提到的相关数据，请以公司最终披露的2023年年度报告为准。
关于本次活动是否涉及应当披露重大信息的说明	本次活动，公司严格按照相关规定沟通交流，不存在未公开重大信息泄露等情形。
附件清单（如有）	无
日期	2024.2.6