

福建福昕软件开发股份有限公司

投资者关系活动记录表

(2024年2月)

股票简称：福昕软件

股票代码：688095

编号：2024-001

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	华安基金管理有限公司、嘉实基金管理有限公司、汇添富基金管理股份有限公司、景顺长城基金管理有限公司、鹏华基金管理有限公司、泰信基金管理有限公司、海富通基金管理有限公司、国投证券股份有限公司、申万宏源证券有限公司、德邦证券股份有限公司、兴业证券股份有限公司、中信证券股份有限公司、信达证券股份有限公司、国金证券股份有限公司、财通证券股份有限公司等
时间	2024年2月5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>2023年是公司深化加速双转型的第一个完整年度，也是AI赋能公司核心产品线的元年，取得了预期的进展。</p> <p>(一) 业绩回顾</p> <p>营业收入方面，订阅转型阵痛使得公司营收增速依然放缓，预计2023年全年公司实现营业收入为6.03亿元至6.23亿元，较上年同期增加约4%至7.5%，剔除外币汇率波动对收入的影响后，同比增加约-1%至2.5%。转型期表现收入增速的放缓以及经营投入的增加，导致公司2023年度的亏损较2022年度有所加大。</p> <p>(二) 区域市场概况</p> <p>就主要区域市场来看，北美市场2023年度的收入与2022年度基本持平，其收入占营业收入的比例依然最高，但较2022年度的占比下降了约3个百分点，主要因北美是公司的主要市场，且订阅比例提升较快所致。随着渠道扩</p>

展的加深，欧洲市场在 2023 年度营收增长约 20%，较 2022 年度的营收占比提高了约 3 个百分点。中国市场也在持续贯彻双转型策略，营业收入较 2022 年度增长约 14%，收入占比仍保持在 10%左右。

（三）双转型进展

1、订阅转型

订阅转型方面，2023 年度，公司预计实现 ARR（年度经常性收入）2.45 亿至 2.50 亿元，较上年期末增长约 76%至 80%。分拆至季度维度看，Q1 至 Q3 单季度的 ARR 净增长分别约为 2,200 万、2,500 万和 2,700 万，而 Q4 的 ARR 净增长超过了 3,000 万，单季度的 ARR 净增长逐季度提升。

在订阅收入上，预计全年实现订阅收入占比约 35%，较 2022 年订阅收入占比提升约 14 个百分点。其中，Q1 至 Q3 单季度的订阅收入占比分别约为 30%、35%、35.50%，预计 Q4 的订阅收入占比将提升至约 40%，可看出转订阅的鲜明进展。

就区域市场维度看，欧美市场依然是订阅的主要阵地，欧美区域 2023 年的订阅收入较 2022 年度增幅超过 90%。

2、渠道转型

渠道转型方面，公司在成熟渠道的编辑器销量渗透率持续提升，以 SYNEX 为代表的 IT 分销体系成长明显。2023 年，公司来自渠道的收入较 2022 年度增长超过 20%，预计全年渠道收入占比约 35%，较公司 2022 年度的渠道收入占比提升约 6 个百分点。受 PC 出货量的影响，来自 Dell 渠道的收入与上年基本持平，若剔除 Dell，渠道收入增长超过 35%。分拆至各季度，单季度来自渠道的收入占公司营业收入的比例持续提升，Q1-Q3 分别为 30%、34%、35%，预计 Q4 占比约为 37%。

从区域市场维度，2023 年度，各主要区域市场的渠道收入皆有提升，以欧洲市场最为显著。其中：由于北美市场体量较大，渠道收入预计较 2022 年度增长约 8%；欧洲市场在渠道收入的增长上处于领先，预计较 2022 年度增长约 60%；中国市场的渠道收入增长同样不俗，预计较 2022 年度增长约 45%。

（四）AI 助手功能进展

AI 方面，2023 年，公司核心产品 PDF 编辑器的海外版已全产品形态（含 Editor PC 端、Mobile 和 Cloud 端）实现了 AI 助手功能：2023 年 4 月，海外 PDF Editor Cloud 优先集成 GPT；2023 年 9 月，海外 PDF Editor PC 和 Mobile 也集成了 GPT，并于 2023 年 11 月又发布了最新版本。

用户通过 AI 助手既可以应用其中的文档总结、内容改写等功能与 PDF 文档内容进行方便交互，还能使用 Smart PDF Commands 的功能，让 PDF 功能指令 AI 化，通过 AI 替代人为来操作 PDF 功能，再度提高办公效率。

二、2024 年规划与展望

（一）发展战略关键词：订阅、渠道、AI、效率

1、“订阅”与“渠道”仍然是公司 2024 年首当其冲的两个战略重心，公司于 2022 年三季度启动双转型战略，由于转型并非是一蹴而就的过程，2024 年公司将持续贯彻加速转型。

2、2023 年是人工智能大模型发展的元年，应用端方面仍有较大成长的空间，2024 年公司在产品、服务和商业流程方面将继续全面拥抱 AI，并且持续开发、推广领先的文档智能技术。

3、近年公司发展较为快速，人员增长比较明显，公司会谨慎进行持续扩张，转而追求效率的提升。

（二）产品发展规划

综合考虑地缘政治因素、经济发展水平、国内外客户群体的消费习惯以及行业发展水平和应用水平存在的差异，公司针对国内外市场制定了不同的发展规划。

在海外市场，公司产品以及销售体系已经相对完善，未来的发展重心将放在提升现有核心产品的用户购买、安装、使用、服务等多方面的体验，不断进行产品的更新迭代，从而进一步抢占竞争对手的市场份额。

而针对国内市场，公司则将重心放在对文档应用的探索。公司在研新产品线福昕智能文档处理中台，旨在填补人工智能在企业文档处理方面核心技术的缺失。当下，通过人工智能进行文档处理存在较多障碍，在非结构化文档与结构化数据之间仍存在脱节。如果应用传统的机器学习技术来进行文档信息处理需要大量的时间投入以及模型训练，而单纯应用现有大模型则存在不可控、无法准确的问题，目前在企业应用环境下的智能文档处理领域依旧存在技术障碍。因此，公司希望基于自身的文档分析能力以及对大模型运用的认识，从一些重点行业出发，来填补这部分需求。

（三）业绩展望

2024 年公司将进一步推进双转型，以实现营业收入的 50% 来源于订阅，公司整体业务规模保持 20% 以上的增长作为初步目标。

三、问答环节

Q1、公司可否对订阅收入进行进一步拆解？多少是新拓客户，多少是永久授权转型？

答：公司的加速订阅转型主要规划为三个阶段：1、主拓新客；2、引导购买升级维护服务的永久授权客户进行转型；3、引导历史购买永久授权的存量客户深化转型。2023年第四季度开始陆续有原购买升级维护服务的永久授权客户成功转订阅的案例，开始贡献了增量 ARR。

Q2、除了戴尔外，还有哪些渠道商签署了 AI 版 PDF 的软件代理协议？

答：暂时没有。戴尔作为公司的第一大渠道商，目前以销售公司永久授权的编辑器产品为主。现戴尔基于其 AI 层面的发展战略，希望能为客户提供各种更多结合 AI 的软、硬件产品与服务，因此与公司有此合作。公司为其定制了客户在购买永久授权编辑器下也能使用的 AI 助手功能，帮助其拓客，也为未来公司在戴尔渠道的订阅转型打基础。

Q3、之前说海外大模型用的是 GPT3.5，4.0 也有在对接，国内是对接百度文心一言，最新进展如何？

答：技术层面，公司的编辑器产品可以实现对任一模型的接入，海外的编辑器产品目前仍然是接 GPT3.5，GPT4.0 的接入需要综合衡量成本及必要性等因素。国内的编辑器产品是接入百度的文心大模型，由于产品还在备案办理中，目前发布的是公测版本。

Q4、是否有成功抢占竞争对手存量客户的案例？

答：已有成功案例。比如公司新增拓展了一家全球知名的制药企业客户，该客户原为 Adobe 的客户。公司还将继续拓展存量市场。

Q5、2024 年的利润预期？

答：公司至 2023 年末的订阅 ARR 较 2022 年末新增 1 个亿左右，达 2.45 亿至 2.5 亿元，在续订率稳定（90%以上）的情况下，2024 年即已实现部分基础收入。今年公司也会对成本进行严格控制。但是，由于公司仍处于转型期，利润端预计还会有一定压力。

Q6、账上现金的使用规划？公司是否可能加大回购力度？

答：账上现金计划主要投入于两个方面：1、外延式发展如收并购、产业链投资，但是公司会谨慎选择标的，需契合公司的协同发展；2、既有新项目的必要性投入。

公司目前正处于第三期回购。第三期回购结束后是否继续开展回购，会结合公司的实际情况而定。

	<p>Q7、AIGC 功能是否会考虑进行收费？</p> <p>答：在短期内，公司对 AI 助手功能的定位仍然是作为公司推动订阅转型的重要抓手，暂不考虑收费，主要原因基于：1、目前仍处于用户累积阶段；2、目前大模型在正式的办公场景下，文档处理能力仍有提高空间，公司将持续进一步完善产品功能，增加用户粘性。</p> <p>除了 AIGC 在公司核心产品 PDF 编辑器上的结合，公司也重视大模型能力在公司的新产品线智能文档解决方案方面的应用。</p> <p>Q8、结合海外整体的 IT 投资意愿，是否可以对公司 2024 年收入的展望进行细化？</p> <p>答：在海外，企业整体呈现出用自动化替代人力的趋势，因此，我们看好欧美市场未来的增长空间，希望公司能继续抢占竞争对手的存量客户，扩大市场份额。另外，在订阅转型的过程中，ARR 实现进一步提升，如果能维持稳定的续订率，相信会给公司的收入带来滚雪球效应。</p> <p>Q9、Adobe 在 DC 和 CC 产品方面存在交叉销售的情况，公司如何应对这类销售策略？</p> <p>答：这种销售策略仅能满足少数既有 DC 又有 CC 使用需求的客户。对于大部分仅有 PDF 需求的客户而言，出于对成本管控的考虑，多数客户仍会选择单独采购 PDF 编辑器。</p> <p>Q10、Adobe 对 DC 业务条线的潜在市场空间（TAM）还是比较乐观，是否意味着海外市场的增长空间依旧比较大？</p> <p>答：根据 Adobe 2023 年最新财报，其 DC 业务的 ARR 约为 28 亿美元，较 2022 年度的 ARR 增长约 23%。Adobe 每年有关 PDF 的 TAM 预测也都在提高。因此，我们认为海外市场具有较大的增长空间。</p>
附件清单（如有）	无