

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5月)

股票简称：福昕软件

股票代码：688095

编号：2024-004

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	兴证全球基金管理有限公司、汇添富基金管理股份有限公司、泰信基金管理有限公司、淳厚基金管理有限公司、国海富兰克林基金管理有限公司、百年保险资产管理有限责任公司等
时间	2024年5月10日 15:00-17:00
地点	公司会议室
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、董事长分享</p> <p>展望公司未来的发展，机会与风险并存，但机会大于风险。</p> <p>(一) 机会</p> <p>1、海外市场</p> <p>公司核心的 PDF 编辑器产品已获国际主流市场认知，在多个行业树立了标杆客户。公司在海外市场清晰的发展战略系基于公司作为比业内主要竞争对手更快、更好、更具高性价比的理想替代品，将推动公司持续获取更多的市场份额。</p> <p>根据公司观测，客户最可能基于两种情况的发生而更换 PDF 厂商：</p> <p>(1) 节约成本。往往发生在客户年度预算压缩或本年度预算仅与上年度持平/微增的情况下，为了保障核心级和优先级 IT 需求的满足，IT 部门负责人可能复盘部分 IT 支出，并在当前的 PDF 厂商无法满足其成本节约的情况下考虑厂商更换；(2) 采购规范化和重梳供应链。越来越多的企业为了规范采购、建立起可靠的内部供应链，为自身争取更好的服务和避免对单一供应商的依赖，在采购上一般都会增加合适的备选厂商。因此，公司有望从前述两种情况获得越来越多的商机。</p>

就客户预算角度，此前永久授权模式对公司的拓客门槛更高，因永久授权模式下，如客户无预算则无商机。而如今随着软件订阅逐渐发展为业内的主流模式，客户亦相应建立了常态化的年度预算，为随时替换厂商提供了预算支持，拓客难度相对降低。

近年，公司积极探索和建立在全球市场的品牌认知度。相较于直接面向终端客户的品牌投放，该方式难以精准、转化时间长、投入成本大，公司选择有的放矢地面向渠道进行更为精准的品牌建立，通过撬动渠道来拓宽销售半径，进而将品牌影响力触达至更广泛的终端客户，取得了事半功倍的效果。随着公司全球渠道建设的深入，公司的渠道合作伙伴日趋多样化，既有以 DELL 为典型的 OEM 厂商，也有传统的 IT 分销商、系统集成商，以及新型的 MSP 厂商等。

随着公司订阅转型的深入，公司将重点关注 ARR（年度可重复收入）的增长。尽管距离 PDF 领头厂商的 ARR 金额仍然有较大距离，但公司有信心抓住海外市场的发展机会，在中短期内保持 ARR 的快速增长。

2、国内市场

近年，国内市场在文档方面的应用水平越来越高，同时针对各类型文档整合处理的需求也日益显现。公司在国内文档领域的布局，既通过投资，取得一些流式文档的技术合作伙伴，也通过增购福昕鲲鹏股权，增加对 OFD 格式的支持，从而为客户提供更全面的文档解决方案。

未来，公司除了在文档处理技术方面的核心业务保持快速发展，还希望通过外延式并购实现在国内业务体量的壮大。在资本运作上，公司将谨慎选择并购标的。对于标的的选择将考虑与公司所属行业相近，考虑未来盈利和持续增长的潜力，同时公司也会评估其在并购后与公司核心业务的协同效应，以确保并购能达到共同做大业绩的最终目标。

（二）风险

1、地缘政治风险。该风险持续存在，但并未对公司目前的实际运营带来不利影响。技术层面，公司拥有自主研发的完整核心技术，不存在过多的技术依赖和导致被“卡脖子”的情形。业务层面，长期以来，公司在海外的标杆客户大多了解公司系为一家中国公司并表现出了较高的接纳度，公司与客户的业务合作稳定，近年来业务持续增长。法律层面，公司谨慎遵守在海外区域市场的运营规定。然而，基于瞬息万变的国际地缘政治和防患于未然，为公司国际化运营的长远发展增加一把安全锁，再度提高运

营安全系数考虑，公司自今年起将启动境内外的运营分拆，实现公司境外区域市场和国内市场在数据、业务以及运营管理等方面的有效隔离。

公司在发展传统欧美市场的同时，也将促进更多区域市场的业务多元化，如对东南亚、南美、中亚及非洲等市场的拓展，同时加大对国内市场的投入。基于公司在中国市场的品牌影响力和先天优势，国内市场将为公司提供更好的发展土壤。

2、行业竞争态势方面的风险。全球 PDF to B 领域的竞争格局趋于稳定，主要为四家厂商：Adobe、Foxit、Nitro 和 Kofax。其中，Adobe 的市场占比依然最高，而第二梯队的 Nitro 和 Kofax 近年来在股权结构和管理团队方面都发生了较大变化，技术革新方面亦未见明显突破。公司系专注与主要领导厂商的市场竞争。

3、革新性的技术颠覆风险。在技术发展日新月异的时代，PDF 作为长期存在并为社会越来越广泛接受的文档格式，足可证明其生命力的旺盛与长久。这背后与 PDF 的设计初衷有关，其设计之初即为了文档的长期保存。人类历史以来，尽管信息承载的媒介和生成工具有所变化，尤其当今信息化时代的数据进化飞快，各种形式的大数据层出不穷，但人与人之间并不通过数据进行交流，文档作为人与人之间交换信息的主要手段和主流方式并没有发生变化，当前绝大多数的档案系统使用的是 PDF 足以说明。因此，公司认为，在可预见的时间范围内，PDF 格式及 PDF 细分市场不会有被颠覆的风险。目前，公司的业务链顺利运行，后续公司会继续投入主业，加强研发。例如公司的 PDF 转 Office 等的自研技术，不仅能替代供应商，还实现了对外授权，技术上的自主确保了公司充分的竞争力。

二、问答环节

Q1、预计 ARR 做到什么体量，才能实现公司财务报表盈利？

答：1、在收入端，相较于 ARR 的体量如何，收入增长与永久授权占公司收入的比例会有着更直接的关联。由于公司核心编辑器产品的订阅单价较永久授权定价约为 1: 2 的关系，故在订阅转型过程中，公司每增加 1 元金额的 ARR，意味着如果转换成原来的永久授权收入则可直接确认为 2 元收入，但实际上订阅模式下基于分期确认的原因，体现出来的平均表现年度收入仅只能约为 0.5 元。因此，表现收入的损失主要是在永久授权收入下降，ARR 金额持续增长的转型过程中。一旦订阅转型完成，订阅收入占比达到比较高的比例，永久授权收入占比大幅下降，收入增长就可以体

现出来。

2、在费用端，公司将减少对于新项目的净投入。公司传统的核心产品已趋于成熟，投入并不高，且边际效应明显，本身已实现较好盈利。过去几年，基于突破国内通用软件市场的相对有限的发展空间，公司持续布局面向垂直市场的行业应用解决方案。因此，近年公司费用的增长主要侧重于对新项目的投入。尽管公司此前加大了对新项目的投入，但每个项目都设置了严格的考核周期。今年多个已经发布的新项目面临评估，公司将实行更为严格的动态预算管控，今年对新项目净投入的目标是减半，明年希望进一步做到无新增投入，项目或实现盈利，或寻求第三方资金的投入与合作。

Q2、AI 技术如何与公司产品进行结合？

答：对于消费级客户，AI 技术主要用于提升文档理解和文档处理的效率，但准确性还有待提升。公司重点放在打造企业级 AI 应用，目前有两个研发方向：1、实现结构化数据的提取：即从文档中提取关键数据。当前数据资产入表提高了企业对数据资产的重视程度，但大量高价值的数据系存在于海量文档里，仅调用大数据平台是无法实现的；2、企业级知识库的搭建：传统搭建知识库的模式是首先由行业专家定义好知识模型，再搭建知识图谱，这种方式成本高且耗时长。公司希望借助 AI 技术完成对知识库的搭建，并实现免责意义上的 100%准确。

Q3、企业级服务未来以什么样的产品来发展 AI？

答：目前是用智能文档处理中台，相当于一个可以私有化部署的云服务。我们采用的是“通用有基础，提升有空间”的技术路线，虽然中台不一定能帮助企业解决行业的特定问题，但我们还会有实施的部分。

Q4、智能文档中台是否已经有项目落地？

答：目前在教育行业和政法系统已经实现试点项目签约。其一系为某高校建立基于教材的知识库，另一个项目是为某政法系统内部涉及的来自检察院、法院和公安局的大量“三书”文档进行关键信息的自动提取。公司希望通过树立标杆客户来推动后续业务的拓展。

Q5、目前市场也有一些 toB 和 to G 的厂商也在做 AI，我们和它们的差异性是什么？我们做得慢，做得精，其他厂商可能做得快，做得稍微差一点，都是涉及 AI，公司如何看待我们推广的时效性？

答：有竞争对手是正常的。但公司选择了细分的模式，主要侧重做企

业级的产品，跟做大模型的公司之间就形成了差异化的竞争。

在业务模式上，我们结合福昕传统的 PDF 处理和分析的能力，形成通用的基础，再增加特定行业实施的部分，属于类 ERP 的性质。另外，公司还可以单纯提供平台来进行技术授权，也可以提供平台+项目，整体成本相对低。对比纯项目公司，如纯粹针对某个行业从零开始做，则成本相对较高。

在产品层面，目前能真正做到对客户免责意义下 100%准确的竞品是几乎没有的。当前的大模型仍有持续提升的空间，纯粹基于大模型的应用准确性很难保证。我们更倾向以产品为先，花更多精力研发，目标是希望形成在行业的领先地位，再加大对外的投入。此外，公司现金流较为充沛，我们没有资金方面的负担。

Q6、是否意味着公司近年对 AI 以及智能文档项目（IDP）方面的投入会比较高？

答：是的。公司在 AI 尤其是围绕智能文档处理中台的研发主要部署了三个团队：1、PDF 转 Office：之前公司系通过其他供应商授权的方式来获取相关技术，现已实现自研，未来将改用该自研技术；2、智能文档处理项目团队：主要负责工程框架的设计以及文档处理平台的建设，在此基础上搭建行业的 IDP 解决方案；3、AI 模型团队：由于对通用大模型的使用只能在受限的范围内，因此公司或根据需要训练一些小模型。

Q7、后续公司的战略方向还是围绕 PDF 版式文档吗？

答：公司战略方向还是围绕对文档的处理，即非结构化数据的处理，公司在此方面已累积了十余年的经验。在过去，公司仅提供数据处理工具，集成 AI 后，能有效提高数据处理的效率。目前公司产品不再局限于 PDF 格式，在收购福昕鲲鹏后，也将支持 OFD 格式。在流式文档方面，也引入了合作伙伴，共研新产品智能文档中台，这也将是后续国内市场的重点开拓方向。

市面现有的智能文档处理工具多属于面向消费级，达不到企业级客户的标准。公司打造的智能文档中台产品结合了版面识别技术、大模型能力以及领域知识，力求对于客户而言在免责意义下的 100%准确率，即公司将对客户在使用智能文档解决方案过程中出现的所有产品问题负责并致力于完全解决。

Q8、国内的版式文档市场空间较小，且福昕鲲鹏尚处于亏损阶段，收

购该标的出于哪些考虑？

答：公司希望做大国内市场，除了面向垂直领域的布局外，在传统的文档业务方面，收购鲲鹏具有战略意义。在国内市场，公司覆盖 OFD 后，不仅避免了与 OFD 的正面竞争，而且未来公司的主业将不再局限于 PDF，而是版式文档，为客户提供既能支持 OFD 又能支持 PDF 的产品，这将有利强化公司在国内版式文档领域的竞争力。收购后，公司积极推进整合工作，优化资源配置，降本增效，短期内先实现鲲鹏的盈亏平衡，后续进一步发挥协同效应，共同做大版式文档业务。

Q9、未来对收并购标的（例如：福昕鲲鹏）的整合思路？

答：就福昕鲲鹏而言，整合难度较小。因：1、福昕鲲鹏源起于福昕，技术上同根同源。2、行业属性重合度高。在核心技术、市场宣传、销售、客服团队方面都可以有效整合，目前正在逐步进行。并购后，福昕鲲鹏在法律上仍属于独立的实体，但公司也会加强在财务、法务、合规等方面的管控，通过建立起系列审批流程，从而掌握其经营情况。

公司今后的并购方向也将是基于行业整合方向，并购标的在维持独立性的同时，但又能做到深度整合，实现诸如收购 AccountSight 所能带来的捆绑式销售（带动核心产品形成全家桶的商业模式，并提高价格）或实现诸如收购福昕鲲鹏所能带来的协同效应。

Q10、公司的产品在主流市场是怎么样的一个存在？品牌认知度如何？

答：公司曾聘请第三方专业机构，面向超过 500 人以上规模的企业 IT 部门管理人做过这类有关公司品牌认知度的调研。调研结果显示：在提示 Foxit 是一家 PDF 厂商的情况下，超过 90%的调查者表示知道公司；若问 PDF 厂商有谁，该种问法下对 Foxit 的认知度则有所下降。因此，调查结果说明公司在主流市场已经建立了一定的认知度，但用户的认知深度需要提高。基于此，公司开始深化品牌建设，并在面向公众的市场培育和面向渠道的关键少数突破中选择了后者，希望借助渠道平台优先树立品牌影响力，再通过渠道扩大销售半径，将公司的品牌认知度传导给终端客户。

近年，公司在渠道的品牌建设取得了良好的成果。随着公司在各行各业的标杆客户越来越多，品牌效应也在逐渐形成，进而影响更多客户采购公司的产品。

Q11、公司后续的人员扩张规划？

	答：由于收购福昕鲲鹏，今年公司的总人数会变多。除去收购的影响，公司原有业务的人员规模会趋于稳定，不会有大幅增长。
附件清单（如有）	无