

恒生电子股份有限公司投资者关系活动记录表

证券代码：600570

证券简称：恒生电子

编号：2024-001

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 checked="" 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 年业绩说明会以及会后接受机构投资者集体调研
参与单位名称	泓德基金、平安养老、华夏基金、中欧基金、兴全、南方、前海开源、国寿、威灵顿、普信、贝莱德、富达基金、富国基金、Redgate, 汇添富、嘉实基金、交银施罗德、易方达、广发基金、国泰基金、泰康资管、中国人寿、淡马锡、Vontobel、东证资管、泉果基金、太平保险、长盛基金、道博基金、中信建投、华泰证券、申万宏源、国盛证券、兴业证券、广发证券、中泰证券、浙商证券、长江证券、国金证券、海通证券、招商证券、国联证券、汇丰前海证券、天风证券、高盛、中金证券、UBS、摩根士丹利、Jefferies、花旗、美银美林、德邦证券、西部证券
时间	2024 年 3 月 27 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	刘曙峰（董事长）、范径武（副董事长、总裁）、周淳（独立董事）、李湘林（首席财务官）、邓寰乐（董事会秘书）
投资者关系活动主要内容介绍	投资者交流会主要内容： Q1：公司的财务报告和业绩预告对比，收入略有减少，利润都更好了一些，主要的原因是？ 预告是公司财务部门初步估算，尚未经审计。收入略有减少主要是合并报表口径发生改变。去年公司收购了一个项目，在去年 11 月才从法定程序上完成收购程序，按照会计师审计意见，在合并报表口径剔除该项目 1-11 月的收入。利润增加主要

是子公司及联营公司在发布业绩预告时候报表尚未出来，财务部门进行了初步的预估，在发布时实际利润是有所增加的。第二是公司业绩未达到股权激励行权条件，调回了一部分股份支付费用。第三是公司奖金实发数据较预提数据有一定的下调。

独立董事认为，公司董事会严格履行了法定程序，独立董事勤勉尽责，审计委员会对年报全程进行了监督指导。经过审计委员会及独立董事审议，董事会全体对恒生的财务报告质量都是有信心的。在激励机制及奖金的发放方面，公司治理机制发挥了有效的作用。公司管理层的奖金方案实际较往年下降了很多，在去年的市场情况下，公司管理层取得了不错的成绩，但是相对恒生自己来说，管理层对自己提出了更高的要求，主动压降了奖金，董事会最终批准了管理层的奖金方案。

Q2：信创背景下公司新一代核心系统替换的节奏是怎么样的？新一代系统进行了信创适配，存量系统如何处理？

A：目前信创的进展已经开始深入到核心系统的改造和替换。通过过去一年的准备，恒生已经完成了 100%主产品的信创适配，今年将加快核心系统的改造和替换。从部位看，目前产品切换节奏较快的是后台的 TA（登记过户系统）和估值系统，经纪业务的柜台系统也在推进的过程中。目前 UF3.0 已经在头部券商全链路试点上线，在其他战略客户也完成了部分场景的切换，从实际应用来看，UF3.0 的性能明显提升，达到市场领先的水平。O45 在各个行业证券、银行、信托上有了较高的覆盖率，去年在基金行业我们完成了 O45 全面替换 O32 的标杆项目。我们有信心，复制去年的经验，在更多的头部客户推广并快速上线。

我们目前也在研究老的系统信创改造。主要推的还是用新的系统来推，助力客户在信创的同时实现 IT 架构的数字化转型。

Q3：内存交易版本和云服务和微服务架构，客户有什么倾向性？

A：微服务，内存交易是两个维度的概念。云原生和内存技术，也没有非此即彼，是互补的关系。微服务里一样可以有内存交易，内存交易一样可以采用微服务部署。用 C 写了代码不是不能用 Java 写。C 代码可以利用内存技术，也可以是云原生

模式按微服务部署；Java 也可以使用内存技术，也可以部署为微服务。微服务有的用 Java 有的用 C，不是非此即彼的关系，是可以融为一体的。交易处理的组件，用内存技术处理有助于性能提升。但也不完全只是内存技术才能解决性能问题。普通大量场景，内存技术不是必选项。更多的是情况是用来对信创的软件硬件，特别是数据库的本身成熟度不够，用一些内存技术来解决数据库的适配。

Q4：公司在行业的面临哪些主要竞争对手？公司的竞争优势体现在哪些方面？

A：首先,恒生是欢迎竞争的,良好的竞争态势可以促使行业持续成长，产品性能不断提高，恒生是市场竞争的受益者。我们在各条细分业务线都面临竞争，但是保持总体领先的格局。

恒生长期深耕金融科技领域，致力于提供优质的服务，在服务体系、业务理解、技术架构方面都有深厚的积累。具体的竞争优势我们在年报里面也详细讲了“客户满意度、产品竞争力，组织充满活力”等三个方面。

今年在具体项目上我们也进行了盘点，对所有重点项目充满信心。根据我们的走访调研，头部的客户更加愿意与有资源投入和保障能力的头部供应商合作，中小客户则提出希望我们能够提供整体解决方案，帮助他们降本增效。

Q5：关于头部及中小机构不同需求，公司如何看待？

A：重要的是怎么做到更加满意客户，我们从 6 个维度构建了客户满意度模型，包括客户成本方面的因素考量；同时实施全面项目管理，提升项目交付质量；并根据项目的重要度和优先级，决定资源投入的方向，提升经营效率。

另外，针对中小机构面临成本压力的问题，我们提供 SAAS 服务帮助客户降低成本，更加凸显产品价值。

Q6：公司 ESG 建设举措会带来哪些积极影响？

A：作为软件公司，恒生在无纸化、电子化上的可持续发展基因与生俱来。公司本届董事会高度重视可持续发展，专门成立了可持续发展委员会。通过去年的专家座谈、到最佳实践公司调研学习以及认真学习监管部门的要求和指引，我们发现公司实际上已经在 ESG 方面已采取了多项很好的行动，但是跟

领先公司相比，我们的报告编制和信息系披露标准还有差距，没有把已经实施的 ESG 举措充分反映出来。因此，公司目前第一步的提升工作，是通过按照国内外披露准则来编制可持续发展报告，将过往的 ESG 举措呈现出来，也促进了我们的可持续发展工作更加体系化。下一步将在董事会领导下，将 ESG 理念在业务和产品层面体现出来。这个过程及其见效将是长期的。近期来看，我们也希望通过提升 ESG 报告的披露水准，让公司的 ESG 投资价值得到体现。

Q7：2023 年，公司费用控制不错，公司主要采取了什么举措，未来是否还有提升空间？

A：随着行业和外部环境不确定性的增加，公司为实现高质量发展，动态敏捷地管理资源配置，实现了较好的增长并保持了稳健的财务结构。

公司的费用控制和经营结果是公司这几年向国内外标杆效率企业学习、全面提升组织管理工作的效果体现。围绕客户满意度、产品竞争力、组织活力三方面，我们这几年做了很多工作，变革正在进行。首先，客户满意度层面引入 LTC 流程，前端强化客户代表和服务代表对客户个性化需求的把握能力；并通过建立拉通端到端的问题反馈机制，提升服务效率，缩短交付周期。第二是产品层面加强 IPD 流程建设，构建重量级团队，完善产品服务体系。客户需求可以及时反馈到产品端，产品研发投入方向进一步清晰，产品质量得到提升，同时优化盈利能力不好的产品线，保证高质量的增长。第三是加强组织流程建设，优化财经管控体系，加强费用管控，加大应收预收款管理；同时去年实行全面项目管理，通过过程管控，效率得到相应提升。第四是加强战略管理流程，制定了公司中长期发展战略《公司愿景 2030》，同时经营过程中通过数字化决策支持系统，深入地洞察市场趋势和客户需求，能针对外部环境变化做出及时的反应。随着组织管理升级的持续推进，相信成效会在更多方面体现出来。

Q8：公司资金充足，除了加大分红以外，是否考虑实施更多并购？

A：关于分红，公司上市 20 年累计现金分红回购 30 多亿元，

是上市募资金额的十多倍。2023 年，恒生第一次进行了用于注销的股份回购，进一步丰富了股东回报形式。作为一家上市公司我们肯定要高度重视投资者回报工作，继续通过分红回购的方式去回报投资者。同时我们也要保持对重点战略项目的资源投入能力，实现公司的长期增长，通过公司的经营为股东创造更大价值，我们会在这两方面做好平衡。

关于并购，“探索全球化”，“择机并购”已经是公司的长期资本战略之一。公司的数据业务、算法业务和香港业务都来自收购。过去几年公司从 finastra 收购了 fusion invest、summit、opics 国外领先产品在中国内地及港、澳地区的业务。随着国内财富管理和资产管理业务的发展转型，这三个产品的本地化会在中国市场有很大的发展空间。公司对于收购的国外产品策略是先消化吸收，延续原有客户的经营，再结合客户需求、公司战略以及自主创新的需要，升级打造本土化的产品。我们认为在当前市场情况下，机会是有的，但需要审慎观察，公司需要为未来发展做好资金储备。

Q9：人效是不是内部的 KPI？整体人员流失率，以及人员薪酬情况如何？

A：公司总体策略是保持稳健的增长。人效是我们非常关注的指标。从公司经营来说，KPI 更多是考核客户满意度，以及产品是否有竞争力。如果这两点都做好了，人效自然可以得到有效提高。

从市场大环境看，目前人才供应比较充足。公司战略之一是“一流组织，一流团队”，我们主张提升薪酬竞争力去吸引和培养更多一流人才，从提升整体人员能力的角度去提高人均创收水平。我们实施了股权激励计划，虽然因外部市场原因暂时没发挥作用，但是会坚持做下去，相信长期会见到效果。

Q10：未来3年左右金融机构需求会发生什么样的变化？请对公司发展愿景做进一步沟通？

A：我们的核心能力不是预判，而是响应。响应听起来比预判容易，做起来更难。响应的前提是我们要感知和测算所有客户的需求和投入在哪个部位，结构有哪些变化，让数据说话。我们的客户群体覆盖了各个细分领域，产品布局比较全

面。加上我们建立一套不依赖预判的流程体系。这样就把语文题变成了数学题，让答案更加可靠，让我们的经营成果更加确定。

恒生始终聚焦财富管理和资产管理这个赛道，与中国资本市场同步成长，穿越了多个市场周期。近年，外部环境的不确定性在增加。但我们仍然对中国资本市场的长期发展充满信心。首先，市场总量层面，居民财富资产规模会继续保持增长；其次，市场结构层面，中国居民财富资产配置结构中的房地产占比较高，未来会发生迁移，金融资产是迁移的主要方向之一。显然，总量和结构两个维度都利好恒生所处的赛道，恒生的基本盘是非常稳健且可持续的。

落到金融机构的科技预算及其变化节奏，大家的短期看法可能存在一些分歧，但长期来看，无论是国内头部券商、公募、银行的 IT 投入规模，还是恒生的营收，均与海外发达资本市场的同类机构存在数量级的差距，反映出国内资本市场的金融科技投入是不足的，还有很大的增长空间。

从整个行业来看，恒生的年营收占比不到 10%，还有很大的成长空间；从客户投入来看，自研和第三方产品采购占比较大，自研既取决于成本，也取决于第三方所提供的产品和服务质量是否能满足客户需求。从自研的部位来看，金融机构主要是投管、投顾、风险、数据中台等第三方产品尚不成熟、市场效率有待提高的领域。对照海外，这些自研部位都有成熟的产品相对应，市场效率最终会发挥作用。

随着市场发展，金融机构财富、资管、机构业务在进一步转型，对应到我们不同的业务板块——财富经纪、资管科技、运营科技、机构服务科技等，恒生均已有领先的产品；但跟成熟市场比起来，在买方投顾、投管、风险、机构销售交易等产品方面业务占比仍比较小，有较大发展空间。同时，在不同的行业领域，券商、公募、保险、银行，尤其在银行的部位，产品差异化比较明显，定位都是不一样的，每一个行业是有它自己的特征的，对应到我们的解决方案及其产品的竞争力可以打磨。我们还有很大的空间去打造“更多一流产品”，服务更多“更加满意客户”。

软件产品之外的成长空间主要在于数智化和自主创新双期叠加驱动下的“金融科技 3.0”，自主创新会带来一轮所有的系

	<p>统适配升级重构的机会。数智化转型则更多地强调架构和体系的升级，包括数据订阅服务和 SaaS 部署等。从海外的经验看，类似 Aladdin、Marquee 等管理资产规模数万亿美元的领先平台，我们相信国内以后也会出现。在大模型方面，我们当下的策略是“大模型，小应用”，跟随基础大模型的技术持续突破，打造行业大模型，战略中心适度前移，强化“小应用”的落地效果和场景开拓。</p> <p>总结起来，对于公司的长期发展前景，经过这几年不断的客户走访、市场调研和观察思考，我们越来越意识到事情其实很简单，基本盘就在这里，市场变化趋势也很明确，我们要做的就是守住“客户第一”的初心，秉持长期主义，进一步聚焦核心业务，不断提升内功，跟随市场变化。因此，能否适应变化，捕捉机会，组织能力是决定性的要素，过去两年我们我们已经初步证明了恒生具备应环境变化及时调整的能力、能打硬仗的能力。面向未来的长期发展，我们有理由更有信心。</p>
附件清单（如有）	
日期	2024 年 4 月 1 日