

福建福昕软件开发股份有限公司

投资者关系活动记录表

(2022年10月)

股票简称：福昕软件

股票代码：688095

编号：2022-005

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	汇添富基金管理有限公司、中国国际金融股份有限公司、中欧基金管理有限公司、中信保诚基金管理有限公司、海富通基金管理有限公司、太平基金管理有限公司、野村东方国际资管等 38 户投资者
时间	2022 年 10 月 27 日 20:00-21:00
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：李蔚岚女士 董事会秘书：李有铭先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、经营情况介绍</p> <p>(一) 业绩回顾</p> <p>2022 年前三季度，公司实现营业收入 42,683.80 万元，较去年同期增长 7.04%，剔除美元和欧元折算汇率变动对收入的汇率影响约 0.94%后，同比增加约 6.1%。公司在 Q3 单季度实现营业收入 14,175.08 万元，较去年同期增长 3.42%，随着加速订阅转型的推进，Q3 收入增速有所下降。公司实现归属于上市公司股东的净利润 796.06 万元，同比减少了 80.24%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为-3,445.18 万元，同比减少了 223.43%；剔除股份支付费用 2,555.33 万元后的扣除非经常性损益净利润为-889.85 万元，同比减少了 157.80%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润下降主要因公司持续投入长期布局，加大对技术升级及新产品的研发投入，导致期间费用有所增长。另外联营企业净利润下降，形成了 1,930 万的投资损失，若进一步剔除投资损失，公司自身经营所形成的扣非后净利润为约为 1,040 万元。</p>

(二) 双转型进展

1、加速订阅转型进展

自公司于本年度 6 月末提出“订阅加速转型”战略后，重点提升订阅收入，Q1-Q3 的订阅收入较去年同期增长 50.95%，占公司营业收入比例由去年同期的 14.35%提高至 20.23%。截止 2022 年 6 月末，公司实现订阅业务 ARR（年度经常性收入）的金额为 1.02 亿，较 2021 年末的 ARR 增长了 16.6%，而截至 Q3，公司实现订阅业务 ARR 的金额则为 1.15 亿元，较上年期末增长率约为 30%。Q3 单季度 ARR 增长率约为 15%，接近上半年的增长率。

2、渠道转型进展

在渠道转型的导向下，公司来自渠道的收入持续攀升，显示了初步的成效。至 2022 年三季度末，公司来自代理销售的收入首次在前三季度破亿元，占公司前三季度营业收入比例为 28.17%，较去年同期 23.31% 的占比有较为明显的增长。就季度的同比增长来看，本年度前三季度来自代理销售的收入较去年同期实现约 30%的增长，呈现良好的增长趋势。

至 Q3，公司最大渠道 DELL 的收入增速依然强劲，较去年同期增长 48.02%。紧随其后的大型代理商 SYNEX 也维持了 30%的稳定增长。

(三) 期间费用管控和经营活动现金流良好

经过合理的预算管控，本年度 Q1-Q3，公司销售费用较去年同期有所下滑。研发费用同比增长了 31.13%，主要原因系新产品研发投入的需要，在研发人员薪酬及网络宽带费等研发投入上有所增加。在管理费用方面，前三季度较去年同期增长了 15.64%，主要原因系管理人员增长及薪酬水平上升导致管理人工成本的增加。

同时，公司也实现了稳定的经营活动现金净流入，Q1 至 Q3，公司经营活动净现金流为 1,923.18 万元，较去年同期增长 38.35%，除 Q1 因集中支付了年终奖及供应商的多年订阅软件款导致现金流为负以外，Q2、Q3 的单季度经营活动现金净流量皆为正，分别为 1,630 万元和 1,133 万元，现金流情况良好。

二、提问环节

Q1、分享公司电子签名业务的进展？

答：在电子签名产品上，公司拥有中国区电子签名服务和海外电子签名服务两种。中国区电子签名在今年 10 月上旬刚发布不久，现在正在做紧锣密鼓的推广工作。由于主打客户群体以面向 B2C、旨在降低交易成本的 B 端客

户为主，在公司渠道转型的导向下，我们电子签名服务的推广渠道也更多以面向覆盖 B 端客户的代理商为主。目前，公司在自己内部管理方面的文档签署，以及公司和供应商的合同往来签署也已经开始采用自己的电子签名服务了。

海外电子签名服务方面，也取得了相当好的进展。公司此前做电子签名的初衷，便是基于电子签名本身是 PDF 文档非常普遍的应用场景之一，具备广泛的用户基础。大部分 PDF 编辑器使用者在使用过程中都会产生自己签署或将文档发送他人签署的需求。今年 6 月末，公司推出了历史以来最高配置的 PDF 编辑器版本，PDF Editor Pro+，开启公司的加速订阅转型。该版本集成了电子签名服务的功能。云化功能的添加，使得该主打版本只能采用订阅模式来替代原来的永久授权模式。这也是电子签名业务和传统 PDF 编辑器业务之间协同效应的体现。今年前三季度，电子签名的收入较收购前的收入有相当明显的增长，增速约为 58%，贡献了部分订阅收入。

Q2、福昕鲲鹏信创的进展？

答：据我们了解，从去年下半年开始，受特殊外部环境的影响，致使整个信创行业在短期内快速获得收入的能力有所影响。但我们对信创的未来有很强的信心，目前整个行业只是受外在环境的影响，导致多个项目被延迟，而并非市场发生了根本性的变化，或者公司的竞争力发生了变化。

福昕鲲鹏一直在进行持续的技术研发，正处于从原先的公文领域向更多领域的业务文档转型的过程中。近期，鲲鹏在工业制造方面的三维版式图纸的研发也获得了颇为顺利的进展，并且已经取得部分先期的相关项目收入。从财务收入上看，由于鲲鹏加大了研发投入，因此收入没有达到预期的快速增长，这也是前三季度公司在联营企业投资亏损的原因之一。随着行业信创的到来，相信整个信创市场的规模会扩大很多。

Q3、公司在行业信创方面的机会？

答：我们为行业信创也做了很多准备。比如，我们是第一家推出面向国产化计算机平台的 PDF 编辑器的厂商。就产品的成熟度、功能和质量方面而言，在业内处于领先的优势。此外，我们提供信创平台和其他传统平台一样的软件支持与服务。

在行业信创重点集中行业里，多年来，公司早已做了布局。我们已经有大量的金融行业客户在使用我们的桌面端 PDF 编辑器。在银行领域，公司已建立的客户基础包括：建设银行、工商银行、民生银行、浦发银行等。公司还长

期跟进技术领先的银行客户,并挖掘了银行在业务端上丰富的 PDF 使用需求,如动态表单中系列的填表功能需求,数据采集功能需求,用于满足金融行业客户在面向海量客户时可以更便捷、高效地完成庞大的数据采集和整理。在证券领域,我们已经拥有了中金、广发、兴业、国泰君安等客户。能源行业,则有中海油这样比较大型的客户。至于教育行业,我们很早就设立了教育事业部,在国内已布局了清华大学、北京大学、中国人民大学、厦门大学等多个高校。大量高校都已经使用了正版化的福昕 PDF 阅读器和编辑器。在医疗领域,上市后我们参股了一家具备规模和知名度的医疗信息化公司,也和易联众这样领先的医疗信息化厂商进行了战略合作,提前做了行业布局。此外,我们也拥有神州数码、伟仕佳杰等大型的代理商,将跟我们携手一起积极开拓行业市场。行业信创也可能带动国央企的国产化替代需求,释放比较大的机会。我们相信在信创的领域内,未来的进程应该是一个半国产化的概念。而在这个领域内,我们强劲的技术实力和成熟的产品,让我们有信心获得比较多的市场机会。

Q4、从产品本身和供应商多元化的选择方面谈谈如果客户选择福昕原创技术的产品,能为它带来什么价值?

答: Adobe 惯常的商业模式是全家桶套餐,尽管客户可能只想要其中的一个产品,但也经常不得不没有选择地为需求之外的更多产品买单。Adobe 已经完成了订阅转型,客户在订阅到期以后,可以继续采购 Adobe,也可以选择替换其他厂商。公司将从巨大的潜在替代性市场获得机会。

从最终用户的立场来说,如果客户转而使用福昕产品,首先,他将得到更好的用户体验。良好的用户体验并非福昕自身的标榜,而是长期以来公司众多客户的反馈。与 Adobe 传统的应用风格相对比,福昕作为后起之秀,设计的应用风格更偏现代,随之给用户也就带来了更现代和易用、便捷的用户体验。即便是新手用户也能很快上手。第二,效率更快,福昕的产品在问世之初,就伴随了体积小、速度快、使用灵活的特点。多年来,尽管随着功能的添加,但我们的产品依然保持了这些优势,安装快,启动迅速并支持对复杂和大容量的 PDF 文档的快速处理。第三,福昕提供更为优质的客户服务。软件服务的质量为机构客户的 IT 管理人员所高度重视,而福昕的客户服务已经在公司庞大的客户群体中建立起了广泛和良好的口碑。从公司最大的代理商 DELL 得到的有关众多终端用户的反馈也证实了这一点。

当然,公司也有很多技术上的优势,比如我们拥有基于文档的电子签名,

以及我们在标准制定方面的引领等等，都是客户使用公司产品的深厚保障。

Q5、Adobe 全家桶的商业模式，对公司开拓市场方面的影响？

答：违背客户真实的采购意愿，强制推行全家桶的商业模式以打压市场其他竞争对手的行为，多为各国垄断法所不允许。就业务开拓方面而言，Adobe 的捆绑销售会带来我们极少部分的订单受到影响，但绝大多数的订单并不受影响。大部分的客户对 PDF 产品的需求较对 Creative Cloud 产品的需求更为广泛。除非客户采购的产品是基于双产品需求，那客户可能接受两个采购数量一致情况下的 Adobe 的捆绑套餐。而如果客户的采购需求是少量的 Creative Cloud 和多个的 PDF 编辑器，这种情况下客户是难以做出对其不利的选择的。

Q6、对于专业版的 PDF 编辑器，它在技术和用户体验上有什么进步或者迭代的空间吗？

答：对 PDF 文档来说，主要包含两个部分：1、直观的文档内容信息，如打开文档后看到的文字内容、表格、图片等；2、隐藏在文档背后的信息，即元数据。我们认为 PDF 未来进展的主要方向在于元数据方面，即内容和数据的审核。公司未来的技术和发展策略之一就是在 PDF 和元数据方面拥有更多的发言权。作为成员之一，公司一直活跃在 PDF 行业协会和国际标准化组织中，积极对 PDF 元数据的标准进行不断改善。元数据的标准是可以无限扩展下去的。横向领域上，以公司现在正在做的电子签名的数据标准为例，所有完成了电子签名以后的 PDF，我们想把它们设成标准化。现在很多电子签名厂商提供签署服务后的文档载体多为 PDF，但是却没有统一标准，各个厂商的标准并不一致，比如 Adobe Sign 的数据结构和 Docusign 的数据结构是不一样的。现在，福昕正在引领电子签名标准的制定。标准化带来的好处是在未来电子签名的应用上，各个厂商都必须支持统一的标准。纵向领域上，以公司今年刚发布的福昕船舶图纸管理系统为例，它的源头需求是船舶图纸内部的元数据。即如果要对一份 PDF 图纸进行管理，图纸里面必须要有足够的元数据，否则无异于管理普通文件。这些数据包括如设计信息、流程信息、审核信息等。当前述非常全面的信息都含在 PDF 里面，PDF 就变得非常有价值，我们可以拓展这个 PDF 相关的应用。比如，在通用的 PDF 编辑器的基础上，做一个插件，如船舶图纸。再以金融行业为例，这个行业有非常多的文档管理需求。除了文档内容外，如果金融业务信息能够放在文档里面，那基于 PDF 能解决的问题和可实现的功能就不局限于只是简单阅读或者编辑了。总而言之，我们会不断扩充 PDF 数据结构，将 PDF 的应用场景扩展到高附加值的

领域和行业里面。

Q7、我们想实现在 PDF 里面添加流程和业务特征等，以更加便利使用，或者更有价值。很多流程软件或 OA 系统厂商也会想做 PDF 的集成，怎么看待这二者的差别？

答：我们公司的优势在于对 PDF 的了解非常深刻。我们要加上业务信息，是一件相对容易的事情。但是，对于从事业务流程的厂商而言，以电子签名厂商为例，设置电子签名在 PDF 格式文档里的签署，以及设置用户诸如短信验证等的验证方式，会相对简单。但这类厂商要有能力去引领 PDF 数据结构的变化，特别是标准方面的制定，将面临很大难度。PDF 领域具有相当高的技术门槛，所以目前全球只有 Adobe 和福昕两家公司拥有完整的 PDF 核心技术。

Q8、公司之前表示通过 PDF 编辑器转云的方式实现订阅转型，现在看我们传统版本也在做订阅转型，这两条路如何并行？

答：对我们来说无论是编辑器桌面端、移动端还是网页端都是在统一的云里面。桌面端的授权管理也都是云化的了。比如，我们研发的免费产品 Admin Console，供企业客户进行授权管理。很多企业客户购买我们产品以后，会把它的授权放在 Admin Console 里面进行集中的、动态的管理。授权管理是很多企业客户，特别是大企业客户很切身的需求，既需要确保它的每一个用户都获得授权，而且要确保它可以灵活配置授权。现在就是通过 Admin Console，实现在云端的授权管理。

我们认为今后越来越多的应用会是基于云的应用。因此，未来应用是客户端、云端，或者是移动端并不重要，关键在于其功能实现是否基于云端。目前我们在增加的越来越多的功能是基于云端的。即使是对桌面端的产品，我们也增加了更多诸如协同的云化功能。比如，版式文档非常重要的应用领域，特别是以工业制造方面的领域为典型，所广泛涉及的各种类型二维或三维电子图纸，出图的标准格式几乎都是 PDF。没有任何其他的格式比 PDF 作为电子图纸的载体更为合适。当 PDF 被广泛作为图纸格式进行交换的时候，随之而来就会产生很多线上协同的需求。以会议场景下图纸的同步功能为例，在主讲人移动或者修改图纸的同时，参会人将在所使用的各设备终端上同步看到图纸的移动和修改。这些都是必须要通过云才能够实现的功能，也是我们目前重点发展的领域之一。而随着这些云服务功能的添加和丰富，也将自然推动公司订阅模式的转型。

Q9、分享公司在欧洲市场的情况？

答：俄乌战争和能源危机下的欧洲大环境对 PDF 行业的几乎所有厂商都是挑战，带来了同样的影响。在这个特殊时期，生存即是发展。欧元汇率下跌，使得公司欧洲区域市场在今年前三季度的营收，在以人民币单位计的情况下，较去年同期所有下跌的，而如果以欧元计，则较去年同期略有增长。

在欧洲的企业客户总体预算有所下降的情况下，我们认为对公司反而是一个潜在的机会。公司产品性价比高的优势，对预算紧缺和从严管控的客户而言，比以往任何时候都更加具有吸引力。我们也在积极寻找业务机会。

同时，欧洲在地理上是一个比较分散性的区域，更适用于渠道推广的策略。目前，公司在欧洲市场的渠道转型取得了良好进展。我们注意到在欧洲，一些较具规模性的中等渠道厂商已经选择向客户主推福昕的产品，这是一个好的迹象。

Q10、公司在中国市场的业务拓展策略？

答：就现有产品线的推广而言，在信创领域，支持国产化计算机平台的 PDF 产品将继续完善用户体验。无论是产品的技术或功能，我们都有信心处于行业的领先地位，因为它是基于我们的同一套代码生成的应用。其次，在非信创领域，我们将突破传统的通用 PDF 编辑器，做更多高附加值的行业深入应用。在中国市场，我们已经拥有了基于文档签的电子签名服务、福昕船舶图纸管理系统以及面向家装领域的智能设计软件和协同服务平台等。在进入这些我们相对具有优势的领域和行业后，我们会做更深入的市场拓展。

无