

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：2025-01

| | |
|-------------------|---|
| 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 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 |
| 参与投资者及机构名称 | 中金公司、国信证券、兴业证券、国金证券、华夏基金管理有限公司、中金公司资产管理部、深圳市尚诚资产管理有限责任公司、鸿运私募基金管理（海南）有限公司、长江证券股份有限公司、浦发银行股份有限公司、深圳丞毅投资有限公司、德邦证券研究所、深圳市拓盈私募股权基金管理有限公司、中天汇富基金管理有限公司、民生加银基金管理有限公司、国投信托-景泰复利、博时基金管理有限公司、青岛中航赛维投资有限公司、银华基金管理股份有限公司、平安证券股份有限公司、上海睿郡资产管理有限公司、上海天貌投资管理有限公司、Sequoia Capital、ABCI SECURITIES COMPANY LIMITED-CLIENT ACCOUNT、中国国际金融股份有限公司-资产管理部、KTF Capital Management Limited、中银基金管理有限公司、上海杭贵投资管理有限公司、国元证券股份有限公司、摩旗投资、浙商证券股份有限公司、海南鸿盛私募基金管理有限公司-鸿盛2号核心优势私募证券投资基金、兴证证券资产管理有限公司、福州开发区三鑫资产管理有限公司、苏州高新私募基金管理有限公司、北京星允投资管理有限公司、华宝信托投资有限责任公司、进化论资产、信诚基金管理有限公司、深圳晓扬科技投资有限公司、中信证券股份有限公司、永赢基金-宁波银行、浙江浙商证券资产管理有限公司、中信建投证券股份有限公司 |
| 时间 | 2025年4月2日 |
| 地点 | 线上交流 |
| 上市公司参与人员姓名 | 董事长兼总经理 叶海强 创始人、名誉主席 罗东平 副总经理、财务负责人 尚喜鹤 |

| | |
|--|------------------------------------|
| | 副总经理、首席 AI 官、首席战略官 蒋东毅 董事会秘书 唐琰 |
|--|------------------------------------|

投资者关系活动主要内容介绍

第一部分：2024 年经营情况回顾

收入：2024 年，公司实现营业收入 9.97 亿元，与上年同期相比增长约 11%；实现主营业务收入 9.88 亿元，同比增长约 11%；其中构成收入主要来源的边界安全业务线同比增长约 13%，保持稳健增长。新培育的业务线中，数据安全同比增长约 23%、WAF 同比增长约 33%、安全服务同比增长约 43%。目前，公司在巩固传统边界安全的优势基础上，积极培育新的业务线，以寻找第二增长路径。

毛利率：公司 2024 年全年主营业务毛利率为 71%，较去年提升约 4 个百分点，居于行业领先地位。毛利率的提升得益于：1.后端加强成本管理，通过优化物料选型、改进生产工序以降低产品成本，并通过对服务商重新认证及价格谈判等，降低了售后服务成本；2.前端全面推行事业部制改革，建立以利润为核心的销售考核制度，各销售单位独立核算，促使销售单位主动获取收益更高的项目。

净利润：实现归属于上市公司股东的净利润-1.37 亿元，亏损同比收窄约 43%。亏损的显著收窄，是公司在坚持“科技+生态”的发展路径上，聚焦盈利能力修复和人效提升，通过多方面措施实现的成果。2024 年，“百客计划”、“芯片战略之迭代”、“信创战役之挺进”及“安服升级”四大经营硬仗持续开展，内部优化和外部协作持续加强，公司组织生产力稳步释放，销售人员人均产出最近三年逐年上升，公司整体费率逐步下降，最终实现了收入稳健增长和亏损显著收窄。另外，财报展现的研发投入增长，主要系信创市场布局和芯片战略的持续投入；管理费用增长则系公司坚持的动态组织架构调整和人员优化。

整体上，“控费增效、健康发展”仍然是公司的核心目标，即在兼顾收入规模稳定增长的基础上，更加聚焦盈利能力的修复。

自神州数码成为公司第一大股东以来，公司提出“科技+生态”的发展模式，通过内外部资源协作，逐步提升自身运营效率及产品竞争力，其中“科技”代表山石网科本身的积累，重视技术创新；“生态”则代表神州数码带来的渠道协同资源，协助公司构建网安朋友圈。

2024 年，公司在这两方面都有明显的进步，在科技创新方面：公司的 ASIC 安全

专用芯片于 2024 年 3 月启动首次试产流片，并于 2024 年 10 月回片；试产流片回片后，公司对芯片开展进一步测试工作，以完成各项关键功能的验证，为下一阶段量产流片夯实基础。在已完成的内部测试中，公司集成了 ASIC 安全专用芯片的产品，在处理速度上相较于前代产品实现了显著提升，能够更快速地处理海量数据，同时功耗大幅降低，整机的单位性能成本大幅降低。目前，公司已进入量产流片准备阶段，各项工作有序推进中，预计量产流片在 2025 年第三季度回片，并预计在 2025 年下半年对外发布产品。此外，为产品发布做好更充分的准备，公司自试产流片后，已陆续在客户实地摆放搭载有 ASIC 芯片的样机进行现场测试。目前公司的 ASIC 防火墙样机已在榆林学院、广东省机械技师学院、台州市仙居县教育局持续稳定运行长达 3 个多月。在运行期间，该平台承载的现网流量范围在 3 至 10Gbps 之间，表现非常稳定，至今未出现任何故障，CPU 利用率保持在 10%以下，为相关机构的网络业务提供了坚实可靠的支撑；预计 2025 年第二季度，公司的 ASIC 防火墙样机还将在教育、科技、制造等多行业的重点客户进行实地部署测试。

在生态朋友圈方面，公司自 2023 年以来重新梳理渠道政策，积极引入有质量的合作伙伴，扩大市场覆盖率及商机来源，例如与总代、白金合作伙伴一起开展各类渠道巡展活动；2024 年，生态渠道中出现了对公司业绩贡献超过千万的合作伙伴，这有力地增强了公司在合作伙伴圈子内的影响力。2024 年全年，公司渠道参与贡献的销售合同金额约 2.63 亿元，较去年实现了约 190%增长。

目前来看，公司各项改善措施取得了初步成效，随着时间推移，预计能看到更大的成效显现。

当前，公司制定了经营发展的“两步走”战略，2023-2025 年是第一阶段，该阶段主要任务为梳理、调整、优化。2025 年，公司围绕核心目标也建立了新的四大硬仗，分别是：“重点行业”、“品牌转型”、“平台切换”、“过亿产线”。2025 年，公司将在前两年改革的基础上，努力把技术、服务、组织和生态的升级成果转化为收入和利润的增长，以争取实现第一阶段战略目标，亦是为“2026-2028”第二阶段的发展跨越奠定基础。

第二部分：投资者交流提问

1、公司 2024 年第四季度收入恢复不错、经营性现金流转正，年报有提到在四大硬仗的开展下签单较好，请展开介绍一下 24 年的订单情况，以及怎么展望 2025 年的业绩

预期？

答：首先，总结一下 2024 年经营亮点，主要实现了三个重点突破：一是成功完成 ASIC 安全芯片的试产流片，验证了公司的技术可行性，为后续各项经营战略的实施奠定了基础、确立了方向；二是在香港市场和运营商市场实现了重大突破，在香港市场，收入规模和利润水平都实现了显著增长，在运营商市场，走出了长期以来依靠集采的简单模式，从单纯集采收入结构转型为“集采+ICT+云应用”复合型收入结构并实现了良好的利润修复；三是实现了事业部制的落地和执行，建立了以利润为核心的考核制度，提高了销售单元的凝聚力和为目标的一致性。

其次，网安行业的特点是项目数量很多，但单体金额较小。为提升公司运营效率，公司 2024 年聚焦提升拓展大项目的能力。从结果来看，2024 年公司百万级以上的项目数量和金额均较去年有明显增长，例如在金融行业，公司陆续中标或入围建行、农行、工行的框架；在能源行业，在华能集团、国家电网有项目落地；以及加强与行业头部客户的合作，如天翼云、浪潮云、华为云、腾讯云等，这些重点项目的落地既构成了公司 2024 年的业绩基础，也为后续公司 ASIC 平台的切换奠定了基础。此外，除了传统边界安全持续实现大项目大订单的突破外，公司积极培育的数据安全及安全服务业务线在 2024 年也在教育和医疗行业实现了大项目的突破。

总的来说，2024 年，在经营方面，对内组织结构持续优化、事业部制度执行良好，实现了销售人效的持续提升、整体毛利率的稳中略升；对外网安朋友圈持续扩大，培育了千万量级的渠道伙伴，与金融、运营商、能源电力、教育等行业客户深化了合作关系；同时积极探索海外拓展新模式，为山石网科未来健康发展奠定基础。同时，公司也关注到在费用控制、回款管理方面，公司还需要持续地加大改善力度。

展望 2025 年业绩，一方面从第一季度的商机储备来看，公司在金融、能源、运营商等重点行业的商机储备较去年有明显增长，构成了公司 2025 年业绩增长的基础和信心；另一方面，以 2024 年股权激励设定的业绩目标作为挑战目标，在营销一盘棋、产研一体化、服务一体化的基础上，朝着业绩目标努力前进。

2、公司的 ASIC 芯片可以直接对标 Palo Alto Single-Pass 或者 Fortinet NP6 吗？有哪些异同？目前的流片、测试进度如何？产业有讨论说 NPU 方案适合比较灵活的、需要频繁升级的场景，怎么对比 ASIC 和 NPU 方案的优劣势？？

答：目前来看：

（1）Palo Alto 的 Single-Pass 方案是一种高效的软件架构，防火墙通过一条集成的处理路径即可完成应用识别、用户识别、内容检测和威胁防护等多项功能。相比传统的多通道处理架构，该设计显著提升了系统性能。山石网科自始至终采用的是 Single-Pass 架构，这一架构本身与是否使用 ASIC 芯片没有直接关联。公司自研的 ASIC 安全芯片方案在架构上与 Fortinet 的 NP6 有一定相似之处，但 NP6 是 Fortinet 十年前的产品，性能相对较低。山石网科当前的 ASIC 性能已接近 Fortinet 最新推出的 NP7 芯片。

（2）公司目前的 ASIC 安全芯片已计划近期交付合作厂商进行量产流片，内部所搭配的硬件平台也已准备就绪。初步规划在防火墙、IDPS、BDS、WAF 等核心产品线上实现从 2G 到 2.4T 的全档位搭载。目前，公司在内外部测试环境中的 ASIC 样机运行稳定，未发现异常问题。

（3）公司早期也曾采用 NPU 方案，但结合安全产品的应用场景来看，相较于通用方案，公司现行的“CPU + ASIC 安全芯片”的专用架构设计更具优势：既保留了 CPU 在处理复杂问题方面的能力，又显著优化了高强度、高重复计算场景下的性能表现，从而在性能与性价比之间实现更优平衡，具备更强的市场适应性与竞争力。

3、信创业务快速增长的驱动力，主要是哪款产品。在竞争中，公司的竞争力，相比通用市场是否有提升？信创领域能否增加份额？

答：（1）现阶段，信创市场的主要驱动力来自于政策层面的合规驱动，目前，公司信创收入的主要产品是 K 系列防火墙。（2）公司在信创市场的竞争力主要来自于产品及技术优势，一方面公司具备软硬件一体化的设计研发能力，产品具备高可靠、高稳定、高性能的优势；另一方面，公司推出的搭载 FPGA 芯片的信创防火墙产品，在高端信创市场具备明显的竞争力。公司预计在搭载 ASIC 安全芯片后，将显著提升产品的性价比和稳定性，进而形成更大的竞争优势、提升信创市场份额。

4、渠道参与贡献增长较快，这块渠道主要承担了什么工作；公司自己的销售，是怎么参与的，双方分工如何？

答：公司为调动渠道合作伙伴的积极性，做了以下方面的主要工作：

首先，重新梳理渠道体系，建立科学的渠道体系结构，尽量扁平化渠道层级，规范各级销售行为；其次，公司产品要有吸引力，能让合作伙伴获取利润；目前公司建立了有效的渠道合作伙伴激励机制、以及客观公允的渠道合作伙伴冲突管理机制，保障渠道合作伙伴利益；第三，公司提出的“科技+生态”战略获得合作伙伴认可，有利于吸引更优质的合作伙伴加入生态圈，特别是在金融和运营商行业；同时，率先培育出千万级的头部合作伙伴，形成标杆作用；此外，公司主动赋能渠道人员建设，提供各类培训，重视渠道合作伙伴专业技术人员培训认证工作，提高渠道伙伴的服务和交付能力。

在具体分工方面，公司希望通过生态渠道的资源尽快地扩大市场覆盖率，激励合作伙伴积极报备商机，并与公司销售单元形成利益共享的开拓机制，从而达到合作共赢的目标。

5、请问公司在 AI 领域有哪些布局，赋能哪些产品？AI 带来了哪些安全领域的新挑战？我们 ASIC 芯片方案的高吞吐、低时延、低能耗等优势在什么场景能够发挥出来？

答：（1）AI 助力山石：全面拥抱 AI，加速智能化转型

公司高度重视人工智能的发展，全面推进“AI 助力山石”的战略，并首次设立首席 AI 官（CAIO）一职，统筹公司在 AI 领域的顶层设计与推进实施。在 AI 赋能方面，公司先后引入了通义千问、DeepSeek 等主流大语言模型，不断提升整体运营与研发效率。

自 2024 年上半年起，公司在研发端引入阿里“通义灵码”进行试点并推广，目前整体研发效率已提升约 30%。此外，公司于 2024 年自主开发了售后服务智能体，构建了智能售后服务机器人系统，现已有约 25% 的客户问题由该系统进行首轮响应，在提升客户服务响应效率和准确性方面取得显著成果。2025 年，公司将进一步在全公司范围内挖掘 AI 赋能新场景，持续推进提质增效。

（2）AI 赋能安全：打造自研安全大模型平台

公司自 2023 年起即启动了 LLM 在网络安全场景下的深度研究，目前已成功开发出安全大模型平台，该平台基于大模型构建，融合安全工具、安全知识库、安全智能体与安全应用，形成多层次能力体系，可广泛应用于安全设备运维、安全分析、威胁发

现、安全事件调查与响应、安全报告自动生成等任务中，有效提升安全能力的智能化水平。公司还基于 LLM 实现了数据的自动分类与分级管理，并引入 DeepSeek 推出了适用于私有化部署的安全大模型一体机，为政企客户提供高效、可控的大模型部署方案。

（3）安全守护 AI：推出 AI 防火墙，应对 AI 带来的安全新挑战

随着 AI 技术的广泛应用、大模型本地化部署增多以及各单位自主开发的智能体，带来的 AI 安全问题愈发突出。对此，公司即将推出新一代 AI 防火墙（MAF），专门应对 AI 模型带来的新型安全威胁。该产品将与山石现有的终端及服务安全体系深度融合，构建一体化的 AI 安全防护方案，实现对大模型服务的“贴身”保护，填补市场空白。

（4）ASIC 芯片赋能硬件产品，打造高性能网络安全基座

公司自研 ASIC 安全芯片搭载于各类硬件产品后，具备高吞吐、低时延、低能耗和多接口等核心优势。其中，高吞吐与低时延特性尤为适合金融行业客户，如券商、基金公司、银行等，对于对延迟极为敏感的低空经济、远程医疗等新兴行业场景也具有广阔的应用潜力。低能耗与多接口能力则适用于更广泛的客户群体，能够有效覆盖长尾市场，为不同体量、不同行业的客户提供高性价比的安全产品解决方案。

6、从公司视角，今年重点看好哪些行业及细分领域的市场机会？我们做了哪些准备？

答：2025 年，公司首先要持续夯实基础，例如金融、运营商。目前已经取得的在银行、券商等金融机构的中标入围情况，成为支撑公司业绩的底座，同时，金融行业也储备了 ASIC 安全产品的商机；在运营商行业，持续加强盈利能力，目前公司已经与主要运营商的总部机构取得了良好合作，各区域机构有待加深合作并放量；在能源行业，2024 年实现了样板客户、样板项目的打造，在 2025 年有很好的业绩基础；在教育行业，公司将在高校大力推动数据安全项目的合作。因此，从行业来看，金融、运营商、能源、教育是 2025 年四大硬仗中的“重点行业”，也是公司今年资源重点投放的方向。除此以外，头部企业用户也将是公司重点挖掘的方向，例如华为云、腾讯、浪潮等。此外，从战略合作来看，公司 2024 年与中兴、润建股份达成三方战略合作，将在互联网、政企市场拓展新的业务。从产品细分领域来看，除了边界安全外，公司逐步打造

数据安全、安全服务、WAF、ADC 成为公司的明星产品，并计划培育数据安全治理成为新的过亿产线。

7、安全板块 2025 年是否能看到政府预算改善的信号？

答：从一季度的经营成果来看，政府行业展现出微弱的回暖信号，全年的复苏情况还有待观察。但在教育行业，公司通过在 2024 年 CERNET 教育年会上达成的品牌效应，以及与各高校的合作，将在今年第一季度乃至二三季度逐步释放效果。

8、从公司经营角度，我们今年更关注哪些指标的改善？净利润？毛利率？年报提到各项费用的优化是继续靠降本和销售改革，具体措施有哪些？

答：公司关注指标的重点与其所处的发展阶段是有关的，2025 年是公司“两步走”战略第一阶段的最后一年，将更加关注效率指标，具体体现为持续关注销售人效和全员人效的提升。以现有规模来看，公司销售人效预估仍有 30%以上的提升空间。另外，相较毛利率，公司将更加关注净利润的改善，也就是亏损的改善修复情况。同时持续对现金流、费率保持关注，加强改善。

各项费用优化的具体措施主要有：公司事业部制从 1.0 向 2.0 实施，通过制定更加清晰、精细的考核规则，带动营销单元的主观能动性和费用控制能力的提升；坚持加强生态建设，提升合作伙伴贡献力度；加强全面预算的动态管理，关注人效变动情况，根据业绩达成情况，实施动态的调整优化。

另外，除关注上述各项财务指标的改善外，公司在 2025 年要做好全面推出搭载 ASIC 芯片防火墙的准备，因此平台切换是 2025 年工作的重中之重，同时也是下一个三年发展计划顺利开展的重要前提。

| | |
|-----------------------|--------------------------------------|
| 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交流沟通，不存在未公开重大信息泄露等情形。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2025.4.7 |