

证券代码：002153 证券简称：石基信息

北京中长石基信息技术股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-14

投资者关系 活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 新闻发布会 ☐ 分析师会议 ☐ 路演活动 ☐ 媒体采访 ☐ 现场参观 ☐ 业绩说明会 ☐ 其他：
参与单位名称及人员姓名	华安基金-金拓；建信基金-刘志威；民生证券-郭新宇；天风证券-刘琳琳；兴业证券-桂杨；易方达-房宇辰
时间	2025 年 6 月 10 日
地点	北京市海淀区复兴路甲 65 号石基信息大厦
上市公司接待人员姓名	董秘、副总裁-罗芳；证券部-何龙光
投资者关系 活动主要内容介绍	1、公司全新一代酒店信息系统的研发人员在哪里？未来公司全球化人员布局降本的思考？ 公司全新一代酒店信息系统的研发人员基本都在海外，由于其研发是围绕大型国际酒店集团的需求来展开的，研发人员需要国际酒店集团行业经验的积累，同时其市场推广和服务也需要本地化，因此公司还将坚持全球布局研发、销售和服务网络的策略，当然也包括中国在内。中国市场的产品也会有中国团队参与开发。 2、万豪中国区的落地，会给我们带来多大的收入空间？ 万豪在中国区的酒店数量目前超过 600 家，如果全部上线完

成，对我们的收入还是有较大积极影响的。此外，也会给我们带来更多周边产品和服务的增值收益。

3、咱们在万豪中国区取得了极大的突破，想问一下万豪的落地节奏是如何计划的？

首先完成 DAYLIGHT PMS 与万豪的新一代中央预订系统 ACRS 的集成以及万豪其他集团层面的系统进行集成，集成工作完成后就会按照时间表进行后续工作。

4、咱们与万豪酒店集团此次签署 MSA 协议取得了很大的突破，但目前只是确定了其中国区酒店，如果再签万豪其他区域的酒店是否要重新签协议？

MSA 协议的架构是 MSA 作为主服务协议，选择 DAYLIGHT PMS 作为中国区首选云 PMS 的《Service Schedule》（即《服务计划》）是 MSA 的附件，如果将来进入新的区域不会重新签署 MSA，只是按照协议的附件模板签署新区域的《服务计划》。

5、酒店集团客户在选择供应商的时候，一般会选择几家供应商的系统？

一般 MSA（主服务协议）只是框架性的非独家协议，后续业主可以依据该协议附件的约定签署具体的协议来采购公司的云产品。从商业的角度，酒店集团很少会签署带有排他性质的协议。但是从实际操作的面层上来说，如果使用多套系统，成本高，且管理不方便，效率低，所以即使是过去使用老一代非云化信息系统时酒店集团的一个子系统也不会在一个地区选择过多的软件供应品牌。信息系统云化之后使用多套系统也无法享受信息系统云化为酒店运营提供智能决策支撑所带来的最大收益，因此信息系统的云化会从技术上推动酒店集团至少在一个地区的一个子系统上越来越趋向于使用一套系统。

6、Agent 方面，咱们在酒店预订方面有哪些布局吗？

我们构建酒店知识库，在酒店场景中将 AI 嵌入进去。目前

公司是软件+AI 的方式，还没有形成创新的按结果付费机制的商业模式，客户特别是国内客户对 AI 相关产品和服务需求很高，但还是按项目制来做预算与采购，对现有产品+AI，客户仍然是按原有产品付费，并没有专门为 AI 付费，因为生态还未形成。我们在酒店和零售版块都进行了多个场景的 AI 嵌入，已经开发出供 B 端客户使用的产品。

7、公司购买思迅软件股份，是处于哪些方面的考虑呢？

公司收购思迅软件系经过审慎考量和商业协商，其中包括激励创始管理层股东，同时保留创始管理层股东的一定持股份额，有利于管理层稳定并激励创始股东继续积极为公司发展贡献力量。

8、如何去看美国客户的机会？

虽然根据客户对我们熟悉程度的不同，比如亚太地区的客户对我们会更加熟悉，所以云产品在亚太区域的上线速度相对就会快一些，其次欧洲，最后是美国。但美国我们不会放弃，因为国际酒店集团总部主要是在美国，而云技术会逐步推动一个酒店集团在一个子系统上采用一套产品，目前我们在美国市场已经上线了包括半岛、朗庭在内的一些地标型高端酒店，我们会充分利用标杆客户示范效应去逐步渗透海外市场，尤其是美国市场。

9、公司的酒店云产品与竞争对手的云产品相比有哪些优势？

分几个方面，首先 DAYLIGHT PMS 是一个平台型的产品，是天然的为集团型的客户设计的；然后从架构上来说，DAYLIGHT PMS 采用的是微服务架构，采用先有 API 再有代码设计，可以做到把酒店经营的每个场景都向外部去开放；另外就是客户档案，我们的客户档案只有一个且放在一个地方，省去了酒店集团清洗客户档案的麻烦；还有很重要的一点就是数据安全，我们的产品能够通过自动的识别客人数据来源的方式，自动的把数据储存到满足当地的数据安全的法律法规要求的地方去。

	10、咱们在中低端市场还有布局吗？ DAYLIGHT PMS 主要面向国际连锁酒店集团或地区性奢华酒店集团，它的客户定位不是简单看酒店档次，主要看酒店集团是不是变成集团控制力很强的，比如总部定房价和定义全球功能。此外，我们还有其他不同的云 PMS 产品，包括面向本地化星级酒店市场但具有国际化管理运营特点的酒店的 Cambridge 云酒店管理系统，以及面向纯本土星级酒店市场的西软 XMS 和千里马 iPMS 的解决方案。目前中国经济连锁酒店的信息系统以自研系统为主。 11、未来公司主要会押注在哪些领域？ 公司未来业务发展重点主要是全球化与平台化，酒店信息系统业务收入主要贡献将来自海外。目前在中国开业的酒店，信息技术的预算大部分来自外资品牌，因为外资品牌酒店对技术、产品及服务，包括安全合规等的要求高，公司的优势能得到彰显，而外资品牌在中国的开业酒店的总的客房数和海外整个中高端酒店客房数比是非常小的。海外国际酒店市场能够给公司带来的市场增量空间很大。 12、公司目前有股权激励的规划吗？ 股权激励历史上都进行过，暂时没有新计划，我们整体的团队从历史来看都还是比较稳定的，目前对于员工的激励考核方面会适当灵活，有各种 KPI 考核的方式。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 6 月 10 日