

北京中长石基信息技术股份有限公司

2025 年度社会责任报告



北京中长石基信息技术股份有限公司

2025 年度社会责任报告

关于本报告

报告说明

本报告是北京中长石基信息技术股份有限公司（以下简称“石基信息”、“公司”或“我们”）出具的企业社会责任报告。本报告真实、客观地介绍了公司 2025 年履行企业社会责任和推进可持续发展方面的活动开展情况。本报告内，所有涉及资金的币种均指人民币。

报告范围

报告时间范围：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。

报告组织范围：如无特别说明，本报告覆盖公司总部、各全资及控股子公司、各分公司、各事业部。

编写依据

本报告参照《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第 1 号——业务办理》等相关法律法规、规范性文件的要求，结合石基信息的实际情况编写而成。

确认及批准

本报告经公司第九届董事会第一次会议审议通过。

报告获取方式

本报告提供简体中文版供读者参阅，报告电子版可在巨潮资讯网（www.cninfo.com）或深圳证券交易所网站（www.szse.cn）下载。

获取及回应本报告

公司十分重视权益人的意见，并欢迎读者通过以下联络方式与我们联系。您的意见将协助我们进一步完善本报告。

联系邮箱：IR@shijigroup.com

联系地址：北京市海淀区复兴路甲 65 号石基信息大厦 5 层证券部

联系电话：010-68249356

目录

一、 报告前言	5
1.1 公司简介	5
1.2 公司发展战略	5
1.3 公司报告期内经营情况	5
二、 完善公司治理 回馈股东价值	7
2.1 规范三会运作	7
2.2 股东权益保护及回报	8
2.2.1 股东权益保护	8
2.2.2 股东回报	9
2.3 加强投资者管理	9
2.4 反垄断与公平竞争风险控制	10
2.5 债权人权益保护	10
三、 尊重员工发展 贡献民生价值	11
3.1 员工概况	11
3.2 员工薪酬	12
3.3 员工发展	12
3.3.1 健全劳动体系	12
3.3.2 员工发展与培训体系	12
3.4 员工关怀	13
3.4.1 定期体检	13
3.4.2 定期旅游	13
3.4.3 特殊待遇	13
3.5 员工规模拓展	13
3.6 员工行为管理	13
3.7 检举者保护机制	14
四、 重视客户权益 引领行业价值	14
4.1 坚持自主研发 保持创新优势	15
4.1.1 创新设计理念	15
4.1.2 创新技术功能	16
4.1.3 安全数据保障	16
4.1.4 突出云化优势	17
4.2 绿色环保运营 共建和谐社会	17
4.3 专业客户支持 树立行业标杆（以酒店行业为例）	18
4.4 深度市场研究 加速行业转型	19
4.4.1 市场教育：构建行业知识生态，赋能从业者能力跃迁	19
五、 积极公益事业 共建社会价值	22
5.1 规范经营，依法纳税	22
5.2 回报行业，扶持教育	23

5.3	公平诚信，珍视形象	23
5.4	投身公益，和谐共赢	23
六、	自我评价及展望	24

一、 报告前言

1.1 公司简介

北京中长石基信息技术股份有限公司的前身成立于1998年，经过不到十年的发展，2007年公司首次公开发行股票并在深圳证券交易所中小板上市，股票简称：石基信息；股票代码：002153。

截至报告期末，公司股本约27亿，公司员工人数近5000人。其中，海外雇员超过1000人，分布在美国、加拿大、德国、英国、波兰、日本、新加坡和迪拜等全球20余个国家和地区近40家具备经营资质的子公司内。

目前，公司主要从事酒店、餐饮、零售及休闲娱乐等大消费行业提供一体化的信息系统解决方案和服务，通过公司全球化和平台化的转型，全球前五大国际酒店集团都选择了石基信息的云产品作为其标准，目前公司有望成为数据驱动的大消费行业应用服务平台运营商。

公司愿景：让商业变得更有效率。

公司使命：我们将为酒店、餐饮、零售和休闲旅游等大消费行业提供一站式的信息技术和平台级解决方案，让我们的用户能够更聚焦于顾客服务，提升体验。

核心价值观：尊重、信任、正直和卓越。

1.2 公司发展战略

公司战略：围绕酒店信息系统核心业务，加大新一代云架构的企业级酒店信息系统的研发投入，以确保公司在以云计算为代表的新一代信息系统变迁中继续领导中国酒店信息系统的发展，通过领先的技术和产品超越全球竞争对手成为全球酒店信息系统领导者，以酒店信息管理系统领域强有力的市场地位为基础，积极发展与酒店信息管理系统紧密相关的或有共同管理模式和经营特点的其他业务，逐步构建旅游消费信息化服务平台。

1.3 公司报告期内经营情况

2025年，中国旅游酒店行业持续升温，公司顺应信息技术向云化变迁的发展方向，坚持平台化与全球化发展战略不动摇，保持国内和全球新产品研发投入和市场拓展力度，全球化业务取得了突破性进展，平台化流量持续攀升，经营业绩稳步回升。

报告期内，全球化业务取得突破性进展：公司核心的基于云的企业级酒店信息系统平台型产品 DAYLIGHT PMS 获得全球影响力第一的国际酒店集团万豪集团认证为其中国区首选云 PMS，加上之前已签约的洲际，公司已拿下前五大国际酒店集团中的两大，随后公司与全球最大的 To B 的旅游业科技公司 AMADEUS 就 DAYLIGHT PMS 与 AMADEUS 新一代云 CRS 融合集成以及互相代理达成重大业务合作协议，这两大事件是公司全球化走向成功的分水岭式标志事件；此外，报告期内 DAYLIGHT PMS 新签约瑰丽、美高梅金殿超濠、澳门银河等标杆酒店集团，本报告期末在全球 35 个国家共上线 878 家酒店；云餐饮系统 INFRASYS POS 作为唯一签约全部全球影响前五大国际酒店集团的云餐饮管理系统，正在全球快速上线，本报告期末 INFRASYS POS 产品在全球超过 60 个国家上线总客户门店 4,972 家；2025 年度公司大陆地区以外营业收入已达 6.91 亿元，比上年同期增长 15.33%，占公司全部营业收入比重上升至 24.78%。

在平台化业务方面，随着公司全新一代酒店云产品不断赢得更多注重客户体验和精细化管理的行业领先客户认可，2025 年 12 月底公司 SaaS 业务年度可重复订阅费（ARR）约 62,693 万元，比 2024 年 12 月底 SaaS 业务年度可重复订阅费（ARR）约 52,329 万元增长约 20%，报告期末 SaaS 业务企业客户（最终用户）门店总数超过 8 万家酒店，平均续费率超过 90%；预订平台即公司畅联业务 2025 年流量 2,659 万间夜，较 2024 年的 2,405 万间夜实现 10.5% 的良性增长并创历史新高。

2025 年，公司实现营业收入 278,972.66 万元，比去年同期下降 5.35%；实现归属于上市公司股东净利润-16,610.65 万元，比去年同期增长 16.44%。本报告期公司营业收入较上年同期有所下降主要系公司主动调整第三方硬件配套业务收入结构，减少低毛利业务所致。但公司酒店及零售信息管理系统业务收入均有所增长。本报告期公司尚处于全球化转型初期需要不断积累全球云产品客户数量，归母净利润为负，但较上年同期亏损有所收窄，除第三方硬件配套业务主动调整业务结构影响该业务利润下降较多外，由于全新一代云产品在海外市场中的持续推广，酒店信息管理系统业务板块本年亏损较上年有明显收窄；此外，随着对境内外市场的开拓加强，零售信息管理系统业务利润也有一定幅度的增长。

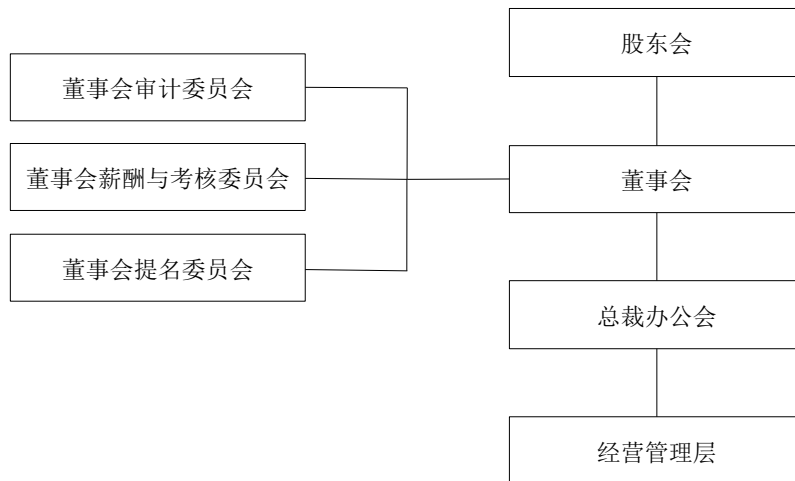
公司在全球范围上缴税收 15,838.83 万元；总员工人数 4,744 人，职工薪酬总额（计入成本部分）82,152.97 万元；研发投入 65,219.59 万元，占营业收入的 23.38%；公司实施与执行了 2024 年度利润分配方案：以 2024 年 12 月 31 日总股本 2,729,193,841 为基数，以现金分红

方式,向全体股东按每 10 股派发现金股利人民币 0.1 元(含税),共计派发人民币 27,291,938.41 元。截止本报告披露日,公司权益分派已经如期实施完毕。

二、完善公司治理 回馈股东价值

2.1 规范三会运作

公司严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》及深圳证券交易所《股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》等相关法律法规、规范性文件的规定,建立了由股东会、董事会、董事会审计委员会、公司经营管理层组成的法人治理结构,形成了权责分明、运作规范、协调制衡的治理机制。



报告期内,公司严格按照相关法律法规要求组织并召开公司股东会、董事会和监事会,独立董事比例超过 40%。

2025 年公司积极相应要求,于 2025 年 9 月进行了监事会改革,不再设立监事会,由董事会审计委员会全面履行监事会职能。

2025 年,公司召开股东会 3 次,董事会 10 次,监事会 7 次,各位董事和监事全部出席,出席率 100%,各项会议的召集、召开、表决等各项环节都能依法运作、规范有效,充分发挥了各层级的决策或监督作用。

报告期内,公司按期或按需召开董事会专门委员会会议与独立董事专门会议。其中召开审计委员会 6 次,薪酬与考核委员会 2 次,提名委员会 2 次,各专门委员会在重大事项方面提供了专业意见,对提高董事会的科学决策水平起到了重要作用。召开独立董事专门会议 2 次,对公司关联交易事项进行了审议。

报告期内，公司依据具体情况召开总裁办公会会议，使公司未达到董事会审议的部分事项依然得到公司决策层的统一审核，加强了公司内部控制的有效性。

2.2 股东权益保护及回报

股东的信任和支持是公司赖以生存和发展的基础，公司在稳健、快速发展的同时，坚持诚实守信、和谐共赢的理念，致力于提高发展的质量和效率，实现长期价值的最大化，追求企业和利益相关方共同利益的最大化，实现合作共赢、和谐发展，树立公司诚信负责的市场形象。

2.2.1 股东权益保护

公司遵照《公司法》、《证券法》等相关法律法规的要求，建立了股东会、董事会、监事会，形成了依据《股东会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事制度》及董事会下属专门委员会议事规则等行为规范为依托的决策、管理、监督体系。

报告期内公司根据实际情况召开了3次股东会，公司严格按照《股东会议事规则》的要求，合法有效的召集、召开股东会。公司召开股东严格把控会前、会中、会后各个环节，尽最大努力保证股东及中小投资者的合法权益：

首先，在股东会召开前，公司保证提案审议符合法定程序，能够确保中小股东的话语权；独立董事具有公开征集投票权；

其次，股东会召开时，公司均采用网络投票制，使中小股东及时了解公司重大事项，切实保障中小股东在审议重大事项方面的表决权，使其真正参与公司决策；同时对影响中小投资者利益的重大事项实行表决单独计票，充分保障中小投资者股东权益；

最后，股东会召开后，公司安排股东与管理层交流时间，能够确保全体股东享有平等地位，充分行使自己的权利。

公司拥有独立的业务和经营自主能力，在业务、人员、资产、机构、财务上独立于控股股东。本公司控股股东依法行使其权利并承担相应义务，没有超越股东会授权范围行使职权，直接或间接干预本公司的决策和生产经营活动，保障股东、特别是中小股东的权益。报告期内关联交易占营业收入的比例微小，控股股东股票质押比例为0。截至报告期末，本公司治理实际情况符合中国证监会发布的有关上市公司治理的规范性文件的要求。

2.2.2 股东回报

自上市以来，公司一直重视对投资者合理回报，旨在构建与股东的和谐关系，公司历史上曾连续两年实施了以每 10 股资本公积金转增 10 股的利润分配方案，2015 年度实施了以每 10 股资本公积转增 20 股的“高送转”利润分配方案，2020 至 2021 年度连续两年实施每 10 股资本公积转增 4 股的利润分配方案，2022 年度实施每 10 股资本公积转增 3 股的利润分配方案。同时公司自上市以来连续派发现金红利，在公司连续亏损的情况下，近三年累计完成派发现金红利 81,875,815.23 元。

本报告期内公司具体实施了 2024 年度利润分配方案，公司积极履行股东回报规划，积极切实给股东以回报，具体为：经 2024 年度股东会审议通过，公司以 2024 年 12 月 31 日总股本 2,729,193,841 为基数，向全体股东按每 10 股派发现金股利人民币 0.1 元（含税），共计派发 27,291,938.41 元。

2.3 加强投资者管理

为加强和规范公司与投资者之前的信息沟通，确保信息披露的真实、准确、完整和及时，公司制定了《投资者关系管理制度》、《信息披露制度》、《年报信息披露重大差错责任追究制度》和《内幕信息知情人登记管理制度》等一系列内控制度。公司董事会秘书为投资者关系管理负责人，公司证券部负责投资者关系管理的日常事务。

2025 年度，公司按照中国证监会、深圳证券交易所及公司内部有关制度的规定，积极开展投资者关系管理工作，以年报说明会、现场调研、热线电话、网站交流等多种形式与广大投资者进行联系与沟通，关注各类媒体关于公司的相关报道。公司指定《中国证券报》、《证券时报》和巨潮资讯网 www.cninfo.com.cn 为公司信息披露媒体，充分利用深圳证券交易所提供的互动易平台认真对待每一位咨询者，并通过公司网站、微信公众号等媒体及时披露公司动态新闻，公平对待所有投资者。

报告期内，公司接待投资者累计 24 次，接待人数 383 人次。通过深交所“互动易”平台回答投资者问题约 62 条；

公司严格履行信息披露义务，发布包括定期公告、临时公告在内的披露文件共 160 份，不存在应披露而未披露的重大事项，不存在选择性信息披露的情况，切实保障了全体股东和投资者对公司重大事项享有的平等的知情权；

公司通过严格审核对外报送数据和信息，严格控制内幕信息的知情人范围，做好内幕信息知情人登记工作，抓好信息源头控制，保护信息扩散范围；

公司在年度报告，半年度报告、季度报告前以邮件方式实时提醒公司控股股东、实际控制人以及董监高及其亲属，防止其在敏感期买卖公司股票；

公司在定期报告中将公司董事、监事、高级管理人员、财务人员、审计人员、信息披露事务人员等参与定期报告编制或获悉定期报告信息的其他相关人员纳入定期报告内幕信息知情人员范围，并一同与财务报告报备深交所备案；

报告期内，公司未发生利用内幕信息违规买卖公司股票的行为，亦未发生因内幕信息知情人登记管理制度执行或涉嫌内幕交易等被监管部门采取监管措施或行政处罚的情况。

2.4 反垄断与公平竞争风险控制

虽然石基信息的核心产品——DAYLIGHT PMS 属于公司自主研发的全新一代酒店信息系统，目前市场上尚未出现相似或类似产品，但因为整个酒店行业客户总量很大，所以无论从目前的客户数量还是未来的客户数量来看，公司及公司业务都无法达到垄断的认定标准，公司的垄断风险可以得到良好控制。同时，公司在市场竞争中始终秉承诚信与公平竞争，不以变相的方式进行恶性竞争而扰乱市场经济秩序。

2.5 债权人权益保护

通过实施稳健的财务政策、建立健全资产管理、资金使用制度及内控管理制度，保障资产和资金安全，加强资金预算管理和财务风险控制，保持公司较好的经济运行质量，确保公司资产、资金安全，在追求股东利益最大化的同时兼顾债权人的利益。

在经营决策过程中，严格履行与债权人的合同约定，及时向债权人通报与其债权权益相关的重大信息，保障债权人的合法权益。通过对债权人的权益保护，公司与债权人建立了积极、良好的战略合作伙伴关系。

2025 年，公司在保护债权人权益方面，主要做了以下工作：

(1) 公司资信情况良好，与银行等金融机构一直保持长期合作伙伴关系，并持续获得各银行较高的贷款授信额度，间接债务融资能力较强。

(2) 公司与主要客户发生业务往来时，均遵守合同约定，未出现过重大违约现象。

三、 尊重员工发展 贡献民生价值

员工是企业最重要的财富及利益相关方，是企业可持续发展的重要因素。因此，努力创造员工与企业之间的稳定和谐关系是公司非常重视的工作内容。公司立足“以人为本”，把广纳人才并最大限度地发挥其才能、实现员工的全面发展，作为公司永恒的追求，致力于公司价值最大化与个人价值最大化的和谐统一，实现企业与员工的“双赢”。公司尊重员工的知情权、参与权、选择权、监督权，注重尊重员工，理解员工，发展依靠员工，发展成果由员工共享，以建立和健全现代企业制度为主线，注重强化企业的内外社会责任，提高员工的幸福度和满意度。

3.1 员工概况

截止报告期末，公司员工总数为 4744 人，具体人数及构成为：

报告期末母公司在职工的数量（人）	357
报告期末主要子公司在职工的数量（人）	4387
报告期末在职工的数量合计（人）	4744
当期领取薪酬员工总人数（人）	4744
母公司及主要子公司需承担费用的离退休职工人数（人）	27
专业构成	
专业构成类别	专业构成人数（人）
生产人员	0
销售人员	540
技术人员	1681
财务人员	149
行政人员	96
研发人员	1830
管理人员	141
其他人员	307
合计	4744
教育程度	
教育程度类别	数量（人）
硕士以上	6
硕士	445
本科	2550
大专	1400
中专及以下	343
合计	4744

公司 2025 年度末海外员工总数超过 1000 人，分布于超过 20 个国家和地区。

3.2 员工薪酬

公司充分贯彻“帮助员工成功”的理念，秉承个人价值与薪酬体系紧密结合的原则，根据员工岗位职责、工作表现、市场状况、政府有关规定等因素综合确定员工薪酬，使员工实现自身最大的潜在价值，持续提高自身的专业技术和管理水平，不断开拓更大的发展空间。

报告期内，公司职工薪酬总额(计入成本部分)82,152.97万元，占公司营业总成本的29.25%。

3.3 员工发展

3.3.1 健全劳动体系

公司严格遵守《劳动合同法》《劳动合同法实施条例》等法律法规，依法与员工签订劳动合同，保障员工的合法权益。公司坚持责任导向原则，建立了符合岗位工作需求、明确岗位工作标准和突出岗位工作业绩的员工基本工资制度和绩效考核制度，客观、公正地评价员工工作能力、工作态度和取得的工作业绩。为了保证员工绩效管理制度取得实效，实行一年一次绩效考核，对考核指标进行量化，员工的绩效评估结果，直接影响薪酬收入，有效激发员工工作积极性，促进劳资关系的和谐稳定。

公司为职工缴纳了社会养老保险、医疗保险、工伤保险、生育保险、失业保险及住房公积金，同时按照国家有关规定对女职工实行特殊劳动保护。

公司依据《公司法》和《公司章程》规定选举职工监事，确保职工在公司治理中享有充分的权利。

3.3.2 员工发展与培训体系

公司始终坚持以人才谋发展的理念，在引进人才的同时，十分重视员工职业发展规划。石基信息鼓励员工在工作之外坚持学习，提高技能和职业素质；保证人员素质提升能跟上企业发展的速度，为企业发展提供合理的人才梯队和软性保障。

公司将每年投入一定收入比例的经费用于培训。各部门在年初可根据年度培训计划，编制申报培训费用预算，经常务副总裁批准后，培训经费专款专用。

公司根据业务需要及实际情况安排内部培训，包括：入职培训、技术/业务培训、规章制度及工作流程培训、TTT培训、职业素质提升培训、语言能力培训、部门间交叉培训等。

为了使员工熟悉和了解公司，每位新员工都将参加公司组织的入职培训。在入职培训会上将向员工介绍公司的规章制度和其他事宜，包括工作态度，行为与道德，工作安全知识、

工作职责、个人卫生要求、消防知识等。员工还将有机会接受由公司提供的其他与个人职业发展有关的培训。

公司还会不定期组织外部培训，包括由国家有关主管部门或协会等机构和集团组织的各种培训、国内外教育培训机构举办的短期培训课程，高级经理人海外考察，另外还可通过公司选派员工参加的各类学历学位课程进修培训、企业经理人培训项目、资格证书培训等。

公司鼓励员工利用业余时间积极参加各种提高自身素质和业务能力的培训，如：利用业余时间参加与岗位工作相关的各类职业或专业资格证书培训和考试、学历学位继续教育等。

3.4 员工关怀

3.4.1 定期体检

员工是公司的财富，员工的身体健康也是公司的关注点。公司每年为全体员工进行常规体检，发现问题及时复检、就诊，以确保员工的身心健康。

3.4.2 定期旅游

为充实员工精神文化生活，公司每年会在踏春之际组织公司员工外出旅游，目前公司已经举办了多次集体旅游活动。公司集中旅游使员工在身心放松的舒适环境中增加了解，增进友谊，同时有助于员工展现多方面的才华技能，使公司成为承载工作与生活的温暖大家庭。

3.4.3 特殊待遇

公司对女员工特别是处于“三期”的女员工实行特别保护，在作息时间、考勤管理上实现特殊待遇。

3.5 员工规模拓展

报告期内，公司海外员工数量增长迅速，报告期末海外员工总数已超过 1000 人，海外员工分别来自亚洲、欧洲、美洲等 20 多个不同国家及不同地区。公司在海外业务的布局不仅需要海外员工的大量加入以促进公司海外研发项目的进展；同时也为海外几十个国家及地区增加了相应的就业机会，从而达到双赢的局面。

3.6 员工行为管理

公司坚决反对任何形式的腐败。公司严格遵守《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国公司法》等国家法律法规，制定并实施了《员工行为

规范》等内部政策及相关管理办法。公司规定有贪污、拖欠公款，有记录在案者不得录用；偷窃、贪污、非法占有公司、其他员工的任何财物或窝赃一经发现将被处以违纪辞退的处分，从源头上预防腐败，营造清正廉洁的良好环境。

3.7 检举者保护机制

公司相信员工所关注的问题和各种矛盾应该在公司内部解决。所有公司员工都有权力和责任向公司反映他们所关心的问题，并对主管或其他员工的行为提出自己的意见，公司愿意倾听并尽力去解决。所有申诉的事宜都将严格保密。公司管理层不会因员工行使申诉权而歧视他们。

四、 重视客户权益 引领行业价值

公司的发展使命是通过一体化的大消费行业解决方案更好的助力我们的用户成功。我们提供数据安全性、系统友好度和开放接口等方面的保障，就是为了让我们的用户更好的为他们的客户提供服务，实现卓越。

2025 年度公司正处于向全球化及平台化转型（第四次转型）的关键时期，公司顺应以云计算为代表的新一代信息管理系统将成为未来酒店、餐饮及零售信息系统的发展趋势，通过以下三个方面实施云部署：首先是酒店和酒店集团之上的基于大数据的应用服务，例如声誉管理、客户需求管理等实现云转型；其次是酒店餐饮管理系统、后台系统等原来与集团系统连接不紧密的系统全面转向公有云；最后是酒店前台管理系统全面转向公有云。公司实施的每一步云转型均以客户需求为导向，深度挖掘客户痛点，通过技术及其他辅助手段帮助客户真正解决问题，帮助用户提高管理效率，改善产出收成，持续扩大利润空间。因此，公司追求与供应商、客户、价值链伙伴、同业、公众和谐共生，分享理念、共创价值。公司作为酒店信息管理系统解决方案提供商，注重与利益相关方的沟通与互动，并以此作为构筑信任与合作的基础，“专业、高效、安全、增值”的服务是公司客户的承诺。

公司通过售前咨询、售中实施、售后服务三段完备的业务环节为客户提供国际领先的专业服务，同时公司市场部通过举办各种线上线下活动为客户提供增值服务，实现客户预期价值的最大化。石基信息专注于为酒店、餐饮、零售、休闲娱乐等大消费行业提供信息化全面解决方案，有效解决不同信息系统之间的数据交换问题，使客户享受行业顶级专业化服务和公司持续的技术升级带来的价值增值。

石基信息始终积极倡导、研究和参与行业标准的建设，打造完善的产业链，联合中国旅游业各界，形成合力，实现行业的可持续发展。

4.1 坚持自主研发 保持创新优势

创新是实现可持续发展的关键。作为计算机应用于服务行业公司之一，软件研发、解决方案创新的可持续性是公司实现可持续发展的关键，坚持创新、鼓励创新是公司实现业务快速发展、保持行业领导地位的必然选择。

截至 2025 年 12 月 31 日，公司核心技术人员为 1830 人，占全体员工人数的 38.58%，上年同期核心技术人员为 2,089 人，占全体员工人数的 41.63%；本报告期内核心技术人员薪酬占全体员工薪酬的 27.06%，上年同期为 25.15%。

公司研发投入情况

	2025 年	2024 年	变动比例
研发投入金额（元）	652,195,891.86	680,263,978.88	-4.13%
研发投入占营业收入比例	23.38%	23.08%	0.30%
研发投入资本化的金额（元）	408,927,226.92	426,681,566.14	-4.16%
资本化研发投入占研发投入的比例	62.70%	62.72%	-0.02%

4.1.1 创新设计理念

公司一直以来致力成为酒店、餐饮、零售旅游等大消费行业提供整体性解决方案的平台化应用服务商。自 2015 年底开始全球化转型以来，根据自身对行业未来发展的前瞻性判断以及对未来酒店业信息技术变革的敏锐察觉，公司确定数字化及云化转型是酒旅行业未来大势所趋。当前酒旅行业的技术发展趋势仍然会以客户为中心实现营销一体化、业财一体化、运营智能化。公司凭借十几年一线行业经验结合国际知名酒店深入互动，沉淀出对目前酒旅行业的真实需求，深入理解当前行业面临的挑战及痛点，从公司高层战略角度希望通过一种全新的平台化、云架构的信息系统努力为酒店行业提供具有建设性的顾问式支持，因此公司较早的投入自主研发以云架构为基础的新一代云架构的企业级酒店信息管理系统 Daylight PMS（即原石基企业平台）。该平台完全以客户为核心，改变传统的以酒店为核心自下而上的设计，从集团角度出发采用自上而下的设计逻辑，搭建出整个平台依托于微服务架构并提供开放的接口文档说明（API）的一整套云化解决方案。该解决方案能够有效帮助酒店集团在全球范围内建立宾客单一身份识别体系，继而在通过整合各系统核心功能帮助酒店实现以服务为导向，兼具灵活性、目的性、前瞻性、可盈利性的运营技术及解决方案。

4.1.2 创新技术功能

首先，公司以云架构为基础的 Daylight PMS 自 2015 年就开始设计并通过试点打磨，致力于为酒店管理集团提供极具扩展性且最先进的技术和架构，其开放性的架构让系统之间的互通互联操作便捷，其中核心的是开放的 API 可以让不同应用程序实现无缝对接从而让各个业务管理系统/业务系统与第三方设备之间的对接更方便，数据整合更容易。同时整个平台的功能也在不断丰富，增加了如餐厅管理、餐位管理、数据智能、休闲娱乐和 SPA 管理等功能；添加了如宾客偏好管理、酒店管理服务等其他功能，成为面向全球酒店行业的、真正的企业级平台。

4.1.3 安全数据保障

以云架构为基础的 Daylight PMS 最大的优势在于能够满足数据的汇聚和流动、瞬时直连、协同性以及交易便捷性。对于数据安全保障始终是公司高度重视的。

首先，公司从软件基础层及应用层保证系统安全性。公司投入大量的资源包括顶尖的技术投入、专业人才投入等旨在建立一个安全防控完整的闭环流程，即从安全风险的识别，到使用合适的安全管理和数据治理策略，再到安全防控措施的具体实施落实，再到对防控措施进行结果跟踪和检测，来确保系统的高效运转。公司在软件开发过程中采取多种措施进行安全管理，如 1) 对软件设计进行分析，确保软件能够应对所有人以上列出的潜在的安全风险，免遭网络攻击；2) 软件代码需符合安全管理要求；3) 对软件代码进行审核来进一步确保安全，并进行渗透测试；4) 对运行中的软件进行持续监控，及时确定可能的潜在网络攻击并进行立即响应。以上措施再辅之以公司对安全事件的极速响应机制，能够实现公司软件系统的安全运行。

其次，公司保护隐私数据及个人数据安全。公司数据保护合规性方面已经不断满足不同国家、不同地区数据保护法的相关规定。公司的数据安全管理系统是通过国际 ISO27001 认证的，该认证誉为国际上最严谨、最权威，也是最被广泛接受和应用的信息安全领域的体系认证；同时公司还获得了 ISO/IEC 27018 和 PCI-DSS 认证，其中 ISO27018 更着重于个人隐私数据保护，又称云隐保护认证，也是国际权威、严格的信息安全体系认证；PCI-DSS 认证的重点是对持卡人数据的保护，是有 PCI 安全标准委员会的创始成员共同制定。

最后，公司建立安全和网络运营中心时刻监测系统安全性。公司在海外建立了 365 天及 7*24 小时网络安全运营团队，时刻监控系统安全问题并及时响应偶发及突发事件。

4.1.4 突出云化优势

除公司新一代云架构的酒店信息系统管理企业级平台外，公司在国内酒店、餐饮、零售及旅游板块同样推出先进、便捷的云化创新产品。国内酒店领域公司研发的 Cambridge 石基云 PMS 管理系统已经实现了云 PMS 的全平台应用，能够全面支持 PC、平板、Android 和 IOS 在内的各种前端应用设备；餐饮领域研发的 InfrasyS 云餐饮管理解决方案获得了国外酒店集团及国内高端酒店的广泛认可；零售领域，石基零售成为国内首家完成 CMMI 认证的流通行业软件服务商，石基零售获此认证标志着其在软件研发和服务能力方面与国际主流模式进一步接轨。

4.2 绿色环保运营 共建和谐社会

公司及境内子公司不属于环境保护部门公布的重点排污单位，报告期内公司不存在因环境问题受到行政处罚的情况。

石基信息从事的酒店、餐饮、零售、休闲娱乐等大消费行业信息化产业是阳光、健康、高附加值、绿色环保的高新技术产业。公司的产品应用开发以软件为主导，在日常经营过程中，不涉及传统工业废水/废气/废物/噪声等排放。基于具有自主知识产权的行业领先的新一代云平台酒店和餐饮信息管理系统，公司在提升大消费行业运行效率、日常生产生活、资源节约等方面多管齐下，践行环境保护与可持续发展理念。

石基信息将环境保护作为企业可持续发展战略的重要内容，注重履行企业环境保护的职责。2025年，公司坚持贯彻绿色发展理念，落实国家“双碳”目标，遵守《中华人民共和国环境保护法》，倡导高效节能的运营方式，倡导全体员工切实履行节能环保的义务。公司践行环境友好及能源节约型发展，通过以下措施更加有效实现环境保护与可持续发展：

(1) 公司持续引入ISO9001环境管理体系，大力开展节能宣传，使全公司每一个员工都自觉地提高节约能源意识，将杜绝浪费、提高效益的观念融入到企业文化中。

(2) 公司作为计算机软件服务业的企业，所投资的项目均是有利于节约能源，符合环保要求，项目可研究充分考虑环保设计和环保投入，项目实施必须符合相关标准。

(3) 公司已经建立一整套电子化、网络化工作模式，充分利用现代信息技术手段，推进公司办公无纸化，大大节约了公司办公成本，节省了纸张耗费、通信费用和邮寄费用，而且也减少了用电话、传真和邮寄联系方式对社会通信线路和邮政资源的占用。

4.3 专业客户支持 树立行业标杆（以酒店行业为例）

公司经过二十余载在酒店文旅行业持续深耕，已经形成了一定的市场规模及客户资源，具体行业模式为：

（1）售前咨询：酒店业管理信息化实现的根本在于专业的服务，然后才是软件，最后才是硬件。用户需要在信息化建设之处对自己的目标、需求和投入产出分析与评估方法有明确的认识。石基信息酒店板块的专业人士大多来自旅游饭店行业，具有多年丰富的实践经验和坚实的理论基础，有能力为用户提供专业的咨询建议书，让用户明明白白地花钱，为用户持续改进管理和经营水平开辟足够的延伸空间。

（2）售中实施：签订销售合同后，石基信息会向用户提交详尽的实施项目管理计划，并通过 PCS(=Planning & Configuration Session)阶段的服务，帮助饭店的管理当局和相关的部门经理和专业人士理解系统如何运作，以及如何通过系统数据设置实现管理者的管理意图，帮助管理者确定管理流程。待系统设置完成后，饭店的管理模式成型，即可通过 UTS(=User Training Session)阶段的服务，按照管理模式的要求，为用户进行操作使用培训。系统正式启用或切换之日起，还可以提供 LIVE 阶段的 stand-by 服务，“扶上马，送一程”，引导用户进入顺畅运作状态。公司新一代云架构的酒店信息管理系统管理企业级平台通过云架构实现简化的实施交付及使用工作。传统信息系统复杂的流程设计需要在客户安装系统后实行为期几天的培训，以确保客户能熟练正确的操作系统，但是云化系统可以将系统功能以简约方式呈现在使用者移动端设备（如手机等）上，无需进行冗繁的培训，进而大大提升酒店客户使用效率，同时提高系统被接受程度及可操作性。

（3）售后服务：保证系统在任何时间内正常运行是头等大事，因为酒店是 24 小时运营的。但导致一个稳定系统出错的原因是五花八门的，网络线，服务器操作系统，硬件设备，员工操作不当，人为破坏，自然灾害等，都有可能系统瘫痪。石基信息提供售后服务的主要目标是：及时解决客户上报的问题。所有和石基签约系统维护合同的客户，均享受以下的技术支持服务：石基技术支持中心的远程技术支持以及现场技术支持。公司在向全球用户提供创新技术和解决方案的同时，始终践行为用户提供高品质本地服务。公司通过在共计在海外超过 20 个国家开设全服务办公室的方式，基本完成了石基的全球化研发、销售和服务网络的建设。

4.4 深度市场研究 加速行业转型

2025年，酒旅业在“韧性建设周期”中步履坚实，不断围绕“高质量发展”和“精益化管理”方面持续进步。面对市场的盘整与数字化浪潮的交织，石基信息继续秉持“以科技赋能行业，以责任引领未来”的核心理念，依托全年高频次的深度报告发布与公开课内容启迪行业持续思考，构建起覆盖全年的知识共享平台，助力行业在技术变革与市场波动中稳步前行。

2025年累计发布深度报告7份，覆盖酒店业技术投资、会员营销、酒店业数字化转型、餐饮投资回报、文旅新媒体营销等关键议题，总下载量近8000次，广泛触达行业决策层与一线管理者。其中，《2025年中国酒店业数字化转型趋势报告——敏捷组织》联合中国旅游饭店业协会及多家省级协会共同发布，单篇下载量近2000次，成为酒店业数字化转型的重要参考指南。报告以“敏捷组织”为核心，系统构建了涵盖八大维度的评估模型，为企业在组织能力、技术赋能与业务创新之间寻找创新发展平衡提供了可量化的路径指引。

此外，《2025年餐饮业技术研究报告：优化投资回报率》聚焦中小企业在存量时代的技术投资困境，探讨生成式人工智能在餐饮运营中的落地场景，助力企业在有限资源下实现技术赋能。《酒店业企业客户全生命周期管理框架图》以可视化形式呈现客户从潜在客户识别、精准获客到精细化运营的完整路径，为行业提供理论支持与实践工具，助力企业提升客户价值与运营效率。

序号	报告名称	发布日期
1	《2025年酒店业技术研究报告》	2025年3月5日
2	《2025年酒店业会员营销新趋势报告》	2025年3月28日
3	《2025年中国酒店业数字化转型趋势报告——敏捷组织》	2025年4月24日
4	《2025年餐饮业技术研究报告：优化投资回报率》	2025年6月4日
5	《酒店业企业客户全生命周期管理框架图》	2025年7月18日
6	《2025年海外市场酒店业技术分销格局分布图》	2025年11月4日
7	《2025文旅行业新媒体营销趋势报告》	2025年3月5日

4.4.1 市场教育：构建行业知识生态，赋能从业者能力跃迁

在公开课方面，石基信息全年共举办11场高质量在线公开课，累计吸引近8000名行业从业者参与，覆盖范围从酒旅业一线管理者到院校师生，并以自身的卓越行业实践持续深化普惠型学习平台——石基数研院的内容建设。公司打造的标志性线上品牌活动——石基在线公开课紧扣行业痛点与前沿趋势，既涵盖质量管理、成本管控、渠道营销等传统议题，也拓

展至产教协同、文旅产品设计、餐饮场景创新等新兴领域，形成覆盖广泛、层次分明的内容矩阵。

年度首场公开课《2024年文旅行业趋势总结：探索新机遇与创新变革》深度解析存量时代下文旅项目的焕新路径与数字化创新的底层逻辑，为近900位与会者提供了战略参考。在提升企业质量管理的普遍性诉求下，石基联合外部专家，通过《酒店质量管理》公开课系统传授了：MOT（关键时刻）、BQA（质量保证体系）、BSC（平衡计分卡）等工具的实操方法论，为近千家酒店规范化运营体系建设提供了内容支撑。《全域营销时代下，酒店渠道营销的破局与增长》聚焦非价格竞争策略，助力近700家单体酒店应对渠道垄断带来的挑战，提升直销能力与用户黏性。

在数字化转型这个关键议题上，题为《酒店业数字化转型的九大核心问题》在线公开课中，石基邀请了多位行业专家，围绕“数据应用难”“跨部门协同弱”等痛点展开研讨，推动近800家企业从中受益，提升了组织协同与数据转化能力。同时，针对餐饮与采购等细分领域，《锤炼酒店钱商：2026酒店采购成本管控的算法与兵法》《解锁酒店运营成本黑洞与效能密码》等课程，将成本管控提升至“设计利润空间”的战略高度，帮助管理者在精细化管理中重塑盈利能力。

值得一提的是，2025年公开课还拓展至产教融合领域。《产教协同：构建酒店管理实训与行业需求的深度适配体系》聚焦院校教育与行业需求脱节的现实问题，为院校提供实训升级方案，同时降低企业二次培训成本，推动“校园学习”到“职场胜任”的无缝衔接，缓解行业人才供需的结构性矛盾。

此外，年末推出的《破局·增长：解锁酒店餐饮的“新空间”与“新流量”》公开课，围绕外摆地摊、剩菜盲盒、沉浸式文化主题餐厅等九大创新场景，系统梳理了场景创新与流量运营的落地路径，为酒店餐饮管理者提供了从创意到执行的全新思路，助力2026年餐饮创收布局。

2025年，石基信息以“技术+知识”双轮驱动模式，持续推动行业知识成果的开放共享与技术经验的普惠传递。全年报告与公开课的内容体系，不仅回应了行业在数字化转型中的共性难题，也为行业企业提供了可复制、可落地的实践路径。未来，石基将继续深化与行业机构、院校及领军企业的协同合作，推动酒旅行业在存量时代下向高效、精细化、可持续方向稳步迈进。

序	公开课主题	涉及内容	时间
---	-------	------	----

号			
1	2024 年文旅行业趋势总结：探索新机遇与创新变革	在行业进入存量时代的大背景下，探讨盘活文旅项目焕发新生的方式、值得借鉴的新场景、文旅数字化创新实现高质量发展的路径，以及大运营时代，文旅集团和旅游目的地提质增效的重要抓手。	2025 年 1 月 16 日
2	1 个体系、2 点关键、3 大工具与 4 个层次，全面穿透『酒店质量管理』	围绕以顾客为中心的全面质量管理体系搭建，重点探讨标准评价渠道与顾客评价渠道的质检建设，分析 MOT（关键时刻）、BQA（质量保证体系）、BSC（平衡计分卡）三大工具在酒店运营管理中的应用，阐述全面质量管理在点、线、面、体四个层次的跃迁路径，并探索数字化技术在全面质量管理运营中的实践与创新。	2025 年 2 月 21 日
3	《2025 年中国酒店业数字化转型趋势报告》重磅发布+全面解读 向敏捷组织迈进	行业首发《中国酒店业敏捷组织发展指数模型》与《2025 年中国酒店业数字化转型趋势报告》。深入剖析了领先企业的数字化优势，解读 2025 年行业趋势与洞察，从宾客体验、高效运营、数字营销、数据驱动、组织创新、技术赋能、业务模式、战略愿景八大维度解析行业表现，并实战解码敏捷组织建设，精准分析 2025 年数字化目标、挑战及技术投资趋势，结合案例分享，助力企业进行前瞻布局。	2025 年 3 月 28 日
4	酒店业数字化转型的九大核心问题	公开课邀请了部分《2025 年中国酒店业数字化转型报告》访谈嘉宾，剖析了当前酒店业数字化转型所面临的多重挑战：如破解管理人员与员工数字化能力不足的长期难题，探索数字化驱动业务模式创新的可行路径；验证后台效能提升与流程变革的战略价值；分析领先企业与一般企业的弥合策略；解决数据从“有”到“有用”的转化难题。	2025 年 4 月 24 日
5	全域营销时代下，酒店渠道营销的破局与增长	探讨通过技术工具构建高效的酒店渠道管理流程的方法论。分析当前渠道营销的核心瓶颈与潜在机遇，建立评估新媒体渠道价值的指标体系，研究提升直销渠道吸引力与转化率的非价格策略，制定资源约束下识别“有效增长”渠道的策略。	2025 年 6 月 27 日
6	从“观光过客”到“深度留客”：文旅目的地如何进行高溢价产品设计？	该公开课聚焦文旅目的地如何突破“门票经济”，通过高溢价产品设计实现从“观光过客”到“深度留客”的转型。课程核心内容包括：剖析用户需求底层逻辑，解读新中产为“情绪疗愈”等付费的动机；分享实操方法，如通过“晨昏产品线”延长停留时间、将非遗转化为可参与的消费场景；并探讨如何避免产品沦为网红快消品。本期课程为文旅从业者提供了从理念到落地的系统性产品设计思路，助力提升游客停留时长、客单价与自发传播，有助于文旅目的地/园区实现盈利水平提升。	2025 年 7 月 30 日
7	解锁酒店运营成本黑洞与效能密码	聚焦酒店业如何突破传统“降本伤根基”的困境，通过组织、技术、业务的深度融合，将成本中心转化为增长引擎。课程由石基信息与四位资深嘉宾基于实战经验展开研讨，核心议题包括：剖析降本增效的有效策略与可持续性、评估人效关键数据、梳理亟待线上化的低效流程，以及如何以战略性眼光看待成本控制等维度展开。通过本期公开课，为酒店管理者提供了从“零和博弈”到“三维融合”的系统方法论，助力企业在成本高压下精准投入，提升人效与客户体验，实现破局突围提供了宝贵经验。	2025 年 8 月 21 日

8	2026 酒店业预算季：趋势解码与市场破局	该公开课旨在帮助酒店管理者在预算季精准把握 2026 年市场趋势，科学制定年度预算与破局策略。课程基于《2026 年中国酒店业市场趋势前瞻调研》，由三位资深专家深度解析。核心内容包括：研判市场需求景气值，全面分析酒店定位、营销与渠道策略，解析“必赢赛道”，并揭秘行业领先者的营收模型与增量市场营销策略，为酒店决策层提供了从趋势洞察到预算落地的系统性指导。	2025 年 9 月 17 日
9	产教协同：构建酒店管理实训与行业需求的深度适配体系	该公开课聚焦破解酒店管理专业教育与行业需求脱节的难题，旨在构建“产教协同”的深度适配体系。公开课核心内容包括：剖析当前院校实训与行业数字化实践的差距，通过成功案例分享“实训场景共创、课程体系共研”的创新路径，并探讨在九大业务场景中如何补充实训内容，以及传统 PMS 与数据分析能力培养的实训创新空间。其价值在于为院校提供可落地的实训升级方案，同时为企业降低人才二次培训成本，最终实现从“校园学习”到“职场胜任”的无缝衔接，缓解行业人才供需的结构性矛盾。	2025 年 10 月 30 日
10	锤炼酒店钱商：2026 酒店采购成本管控的算法与兵法	本期公开课将酒店采购成本管控提升至“设计利润空间”的战略高度，旨在帮助管理者在 2026 年市场压力下，通过精益化管控重塑盈利能力。课程核心内容包括：深度解析成本管控的核心数据指标，分享餐饮、宴会等场景的精细化管理与降本增效方法论，探讨如何通过提升需求预测精度避免浪费，并研判数字化系统在成本管控中的新应用与 2026 年关键策略。	2025 年 11 月 28 日
11	破局·增长：解锁酒店餐饮的“新空间”与“新流量”	公开课聚焦酒店餐饮如何通过场景创新与流量运营实现破局增长。课程深度剖析“外摆地摊卖盒饭”“自助餐剩菜盲盒”“社区食堂”“沉浸式文化主题餐厅”等九大热门创新场景的可持续性与运营法则；展望了 2026 年餐饮创收布局。本期课程为酒店餐饮管理者提供了从场景创意到精细化运营、从公域引流到私域复购的全新思路与可借鉴的成功实践。	2025 年 12 月 30 日

五、积极公益事业 共建社会价值

公司以社会责任、道德为基本行为前提，关心在广泛范围内参与公司产品和服务的生产和支持的人员，以建立与政府、客户、供应商、员工、债权人、股东之间的和谐关系为基本经营环境追求。公司以“创新发展、服务社会”为己任，依法纳税，积极参与地方经济发展，同时积极参与社会公益事业并关注民生。

5.1 规范经营，依法纳税

作为上市公司，公司有责任也有义务为国家财政提供支持，创造更多的财富，为社会和谐稳定做出贡献。公司注重规范经营，自觉遵守国家有关法律法规，依法纳税，接受税务部门的检查和监督，不仅较好地推动了当地的经济建设，而且对行业内企业产生了良好的带动作用

用。公司报告期内重视环境保护，资源节约。报告期内，在全球范围内缴纳税收15,838.83万元。

5.2 回报行业，扶持教育

公司在取得高的市场占有率的同时，没有忘记回报行业，多年来实施旅游酒店业教育扶持计划。石基信息通过向扶持对象免费提供参与软件的版权使用许可，为学校节省十几万元至一百多万元不等的投资，与学校一起制定教师培训计划，学校可以自由选择参加 ShijiCare 年度服务计划，只象征性地收取少量年度服务费，以便让教师能同公司的客户一样享受 7x24 全天候应急指导服务。石基信息网站上将相关学校公示为合作伙伴，并接受学校委托发布对外培训消息、毕业生实习和就业信息等，以方便酒店等用人单位联系毕业生招募或店内培训外包活动等，促进校企合作和毕业生就业。

5.3 公平诚信，珍视形象

作为一家上市公司，公司在经营活动中，遵循自愿、公平、等价有偿、诚实信用的原则，遵守社会公德、商业道德，主动接受政府部门和监管机关的监督和检查，重视社会公众及新闻媒体对公司的评论。

5.4 投身公益，和谐共赢

公司全资子公司中国电子器件工业有限公司（“中电器件”）积极承担历史遗留产权责任，为和谐社会贡献力量。中电器件在被公司收购后，公司最大程度承担了作为产权人的责任，不仅积极承担相邻居民楼内共计 110 户居民的物业管理及物业费用开支；而且承担了费用对该居民楼全楼进行了更新修缮消防系统、增加无负压供水系统、粉刷外墙及安装空调外框、更新锅炉、更新楼外给排水管线、更新楼内横向污水主管道的改造，极大改善了该楼居民的居住环境。

公司全资子公司北海石基信息技术有限公司（北海石基）自成立以来，始终积极承担企业社会责任，投身于公益事业。2025 年 5 月参与合浦县曲樟乡井山村助学活动，捐赠学习用具，倾情献爱，回馈社会，真正把企业小爱融入到社会大爱中去，把“发展路上不忘本、回馈社会献爱心”的正能量持续释放出来，践行了石基信息的社会责任。责任石基，和谐共赢，在今后发展中，北海石基将把这份责任与温暖继续传递下去。

公司控股子公司青岛海石商用科技股份有限公司积极参与各类社会活动，以实际行动履行社会责任。公司积极履行企业社会责任，开展公益活动，慰问辖区退休老党员并发送慰问品；组织党员代表深度参与乡村振兴成果展示，以实际行动助力乡村振兴，彰显企业担当。

六、 自我评价及展望

作为上市公司，公司愿意更加积极地履行社会责任，不断完善公司社会责任管理体系建设，在追求经济效益、保护股东权利的同时，还将进一步积极保护债权人和职工的合法权益；深度发掘和传承企业优秀文化与传统，增强企业凝聚力；诚信对待供应商、客户；积极保护环境；热心参与社会公益事业，接受政府和社会公众的监督，履行为社会创造物质财富和精神财富的责任和义务；大力发展新能源及节能减排行业，努力推动国家绿色产业的建设，促进企业与社会、环境互助、协调与可持续发展。同时，公司将以此次发布社会责任报告为契机，接受社会各界的监督，不断完善公司社会责任管理体系建设。

北京中长石基信息技术股份有限公司

董 事 会

2026年3月24日