

# 福建福昕软件开发股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

(2024年8月)

股票简称：福昕软件

股票代码：688095

编号：2024-006

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	兴证全球基金管理有限公司、泰信基金管理有限公司、鹏华基金管理有限公司、惠升基金管理有限责任公司、中信证券股份有限公司、中国国际金融股份有限公司、申万宏源证券有限公司、国金证券股份有限公司、中泰证券股份有限公司、国投证券股份有限公司、国盛证券有限责任公司、光大证券股份有限公司、广发证券股份有限公司、信达证券股份有限公司、天风证券股份有限公司、兴业证券股份有限公司、国泰君安证券股份有限公司等
时间	2024年8月31日 15:00-16:00
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、董事会秘书：李蔚岚女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、经营情况介绍</p> <p>(一) 业绩情况</p> <p>1、收入方面</p> <p>基于双转型的良好进展，尤其订阅转型的正面效果逐渐释放，上半年，公司营业收入保持了稳定的增长，实现营收约 3.38 亿元，较上年同期增长 17.99%，剔除外汇波动对收入的影响，同比增长也有 15.97%。Q2 单季度营收约 1.69 亿元，较上年同期增长 19.13%，剔除外汇波动对收入的影响，同比增长 19.24%。</p> <p>2、利润方面</p> <p>实现归属于母公司所有者的净利润 6,251.64 元，扭亏为盈的主要原因是 Q2 公司追加投资并表福昕鲲鹏导致原持有股权公允价值变动而相应确认的投资收益 10,332.17 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为-6,377.38 万元，同比亏损收窄约 14.58%，若剔除因新增并购产生的影响，</p>

亏损收窄约 28.57%。亏损原因系：随着订阅转型的发展，订阅对收入的影响在逐步下降，但目前订阅收入的占比尚未过半，转型进程仍在推进，对公司整体收入的体现仍有所影响；在费用端，公司持续推进工作效率以及研发效率的提升，但降本增效的成效释放仍需要时间。

### 3、现金流方面

上半年公司的经营现金流净额为负值，约-3,176.56 万元，其中因剔除福昕鲲鹏并表后带来的影响，公司原有业务的经营活动现金流净额为-1,848.30 万元，较 Q1 -4,606.07 万元明显改善，但相较上年同期经营活动现金流出净额仍有所增长，主要由于公司为支持开拓市场、加强管理而使投入有所增加。

#### （二）订阅转型方面

上半年，公司实现订阅业务收入约 1.55 亿元，占营业收入的比例为 45.81%，较上年同期增长了 67.83%。Q2 单季度订阅收入约 8,000 万，占营收比例 47.56%，同比增长约 63.06%，增长依然快速。公司实现订阅业务 ARR 约 3.25 亿元，较上年期末增长约 29.90%；公司核心产品整体订阅续费率约 94%。实现订阅相关的合同负债金额约 1.87 亿元，较上年同期增长约 16.18%。

#### （三）渠道转型方面

上半年，公司来自渠道的收入约 1.3 亿元，占营业收入的比例约 38.61%，同比增长 43.06%。Q2 单季度渠道收入约 6,700 万，占营收比例约 39.79%，同比增长 37.87%，维持稳定增长。

#### （四）区域表现

报告期内，公司主要区域市场都实现了营业收入的增长，其中以欧洲市场最为突出，同比增长接近 30%，占公司营业收入的比例也持续提升，达 25%。北美市场增长平稳，亚太市场增长快速，中国市场因收购福昕鲲鹏，带来了一定的收入贡献。

#### （五）研发表现

2024 年上半年，公司推出全新订阅计划，通过发布精简版的 PDF 编辑器套件，助力减轻用户的购买决策负担。在 AI 方面，公司持续增强 PDF 编辑器的 AI 能力，在集成传统大模型的基础上，进一步融入公司作为专业 PDF 文档厂商所具备的版面文档识别能力，持续提升 AI 与 PDF 文档内容之间的交互准确性和交互体验，打造更强大的 AI 助手功能。报告期内，公司新增保版翻译功能，实现了越来越多基于 AI 指令化的 PDF 功能操作。公司将持续规划更多的 AI 助手功能，以切实发挥 AI 在提升用户处理 PDF 文档效率方面

的能力。

## 二、问答环节

**Q1、上半年公司收入表现具有韧性，能否分享一下公司在海外市场于标杆客户和渠道突破等方面的最新进展？**

答：上半年，在区域表现上，欧洲市场表现亮眼，同比增长接近 30%。北美市场增长平稳，同比增幅 12.28%。亚太市场增长快速，同比增幅 36.21%，但因亚太市场收入基数较低，故对公司整体收入增长的贡献有限。

拉动公司在欧洲市场快速增长的主要原因是渠道转型见效明显。由于历史以来大部分软件厂商并不发端于欧洲的原因，形成了欧洲以渠道为主的市场生态。公司因地制宜，在欧洲建立了将渠道体系、销售体系和售前体系打通整合的组织形式，通过紧密协同以充分保障欧洲市场在开拓及客户服务上的快速响应和有效支持。

北美市场由于体量更大，收入基数较高，外加订阅转型之故，收入增长相对较缓。上半年，北美市场的订阅转型进一步有序平稳推进，也实现了部分原购买升级维护服务的一次性授权客户向订阅模式转换。除了通过短期的价格优惠来促成客户的订阅转型外，公司也在持续不断地提升订阅产品的价值和用户体验感来吸引用户订阅，例如实现多平台编辑器产品的打包，整合并丰富 AI 助手、Smart Redact 等云化功能。

公司的客户数量持续增加，但客户体量差异较大，且分布广泛。主要的大型客户还是以渠道为主，比如 DELL。公司和 DELL 建立了随售的合作模式，近两年受制于 DELL PC 出货量的下降，使得公司在 DELL 的收入增速有所放缓，但收入规模仍然稳定。除了 DELL 之外，其他大型渠道的增长都较为强劲，增速均超过公司整体收入的增长速度。

**Q2、从 3-5 年偏中期的视角看，公司对于订阅 ARR 有何展望？**

答：可参考公司最新发布的 2024 年股权激励计划，公司未来 2 年对于订阅 ARR 的目标为每年增加 1.2 亿元至 1.4 亿元，后续也将持续稳步抬升。订阅 ARR 增速的情况在一定程度上和订阅续费率高度相关。公司的中长期目标是能达到 100% 的订阅续费率。若订阅 ARR 在中长期能维持在平稳的增长水平，再叠加公司较高的毛利率以及将逐渐趋于稳定的成本费用，利润水平也将得到逐步释放。

**Q3、公司对于 PDF 编辑器产品体系做了哪些改善提升？**

答：公司对于 PDF 编辑器产品体系的优化主要体现在两个方面：

1、决策的简化：此前，公司提供多种产品及产品组合，导致用户在选择产品时较难做出决策。因此，公司对核心的产品组合进行了简化，让用户在购买、部署和后续管理上更为便利；

2、功能的整合：在订阅模式下，为客户提供全家桶式的产品将成为未来的主要方向。因此，我们对核心产品进行了打包升级，推出的产品套件含支持桌面端、Web 端和移动端的编辑器，并持续整合含 Smart Redact、AI 助手、Admin Console 等在内的系列云化功能。

对于产品体系的优化亦意味着公司内部原有的产品管理模式需要做出调整，由基于每个单独应用的管理转变为整体的模块化管理。

**Q4、请问目前公司在提升渠道品牌力方面的进展情况如何？如何衡量品牌力的提升？**

答：公司在进行面向渠道的品牌建设投入时，会设置可量化的考核指标以对品牌建设的效果进行有效评估和衡量。另外，在公司的股权激励中，市场和渠道团队也向公司承诺了于品牌建设方面的可测量的个人考核指标。在管理上，公司通过考核的方式来确保品牌建设工作的有效推进。

从近年公司渠道转型的成果上也得以窥见公司品牌力的提升及所带来的成效。以欧洲市场为例，近两年公司在欧洲举办的渠道大会规模以及次数均有提升，反应在经营成果上，渠道收入增速强劲。公司在东南亚市场的渠道影响力也在扩大，是除了 Adobe 外，备受渠道体系青睐的新晋 PDF 厂商，今年公司新增与泰国领先的 IT 分销商的合作可见一斑。

**Q5、海外宏观环境变化较大，在面对海外市场的不确定性时，公司做了哪些准备？对公司有何影响？**

答：公司充分考虑到包括地缘政治在内的外部环境的不确定性。市场有观点认为随着美国进入降息周期，海外企业的资本性支出可能会有所增加。就公司而言，经综合评估后，我们认为外部环境的变化对于公司后续海外业务的拓展利大于弊，目前我们并未观测到业务需求有下降的趋势，且近年公司的业务体量也在持续扩大。

面对外部环境的不确定性，公司从以下几个方面进行应对：

1、在成本费用控制方面，积极做出调整。公司近两年费用率提升较快，一方面订阅转型导致收入增速放缓，另一方面则由于面向新产品的投入导致研发投入大幅增长。从今年开始，公司采取了降本增效的措施，随着时间的推移，在举措的成效释放后，研发投入的增长会得到缓解。

2、在运营方面，公司在数据、业务等方面进行了分拆，为公司在各个区域市场的运营合规提高安全门槛，增加安全保障。同时，基于海内外市场在宏观环境、监管环境和产业竞争环境等方面的不同，分拆有利于公司制定更符合各区域市场长远发展的差异性战略。

3、在资本运作方面，公司在今年收购了福昕鲲鹏，以进一步推动国内版式文档市场的开拓。后续公司也不排除进一步实施战略性资本运作，对合适的标的进行投资并购。

**Q6、如何看待国内 OFD 市场的竞争格局？如何展望福昕鲲鹏后续的作业及费用等？**

答：目前 OFD 的市场价值主要体现在两个层面：第一，通用软件领域，即 OFD 套件产品的开发和销售，福昕鲲鹏在该领域具有业内广泛认可的良好优势。第二，应用开发领域，该领域的市场潜力相较于通用软件领域更大，但竞争格局也更为激烈，应用软件的使用也更符合国内用户的软件使用习惯。当前，福昕鲲鹏在应用开发领域的市占率较低，但其具备较为完整的技术储备，希望后续与公司在销售、渠道等方面实现有效整合后，能进一步增加其在应用开发领域的市场机会。

在收购福昕鲲鹏时，公司对其业绩设定了明确目标，即未来三年的业绩能恢复到其在 2021-2023 年业绩相对高峰时候的平均收入体量。鲲鹏并表后，经过实施系列优化整合的举措，其人员团队已趋于稳定，目前正在推进更规范的内部管理，并搭建以客户服务为中心的团队。由于福昕鲲鹏今年在人员优化上产生的一次性费用，其短期内实现对公司利润的正向贡献仍有挑战，但随着其后续费用的进一步控制，相信利润空间能逐步释放。

**Q7、针对渠道厂商，销售一次性授权和订阅产品的分利是否会有差异？目前 DELL 在推动订阅销售方面是否有最新进展？**

答：为了鼓励渠道商卖订阅，公司就订阅产品的销售会给予更高的激励。另外，就订阅模式本身而言，虽然订阅单价较一次性授权的单价低，但从长期来看，只要客户保持订阅续费，订阅模式下的客户生命周期会比一次性授权下的生命周期来得更长。订阅产品的销售会较一次性授权的销售能给渠道商带来更稳定的长期利益。目前，除了 DELL 尚在规划订阅转型，短期还是以销售一次性授权产品外，其他主要渠道商已经开始更多销售订阅产品了。

DELL 也在做订阅转型的准备，正在自研和测试更加适合其自身使用的内部订阅管理系统以替代此前采购的外部订阅管理系统。待其研发完成后，

再进行内部大规模的部署。

公司在年初为配合 DELL AIPC 的推出，为其独家推出能调用 AI 助手功能的一次性授权产品，也系为公司在其后续的订阅转型奠定基础。

**Q8、海外市场对订阅模式已有较高的接受度，但 DELL 订阅管理平台的推动进度却较慢，主要是什么原因？**

答：DELL 此前使用的是外采的第三方订阅管理系统，而其商业模式是以直销为主，对客户信息的直接管理有较高的门槛需求。因此，为了更好掌握用户的信息，DELL 希望能实现订阅管理系统的自行研发和维护。由于目前尚处在等待 DELL 新系统上线的过渡阶段，导致公司无法全面在 DELL 渠道推进订阅销售。

**Q9、待 DELL 开始推进订阅销售后，公司的订阅收入占比以及增速是否会有比较大的突破？**

答：这取决于 DELL 订阅转型的动力和效率。从短期来看，渠道销售人员的分利确实会受到订阅转型的影响。公司也将积极采取相应措施，以鼓励渠道人员加大对订阅产品的销售。若 DELL 的订阅收入占比能达到与其他渠道相似的水平，对于公司后续 ARR 的增速和订阅收入占比的提升将有明显的推动作用。

**Q10、基于用户的 AI 功能使用习惯，哪些是主打功能？后续还有哪些规划？**

答：AI 的演进给公司的发展带来了机会，在 AI 功能的开发方面，公司具有良好的先发优势。基于当前用户的使用数据，翻译、总结、摘要、问答、数据提取等是调用次数比较多的功能。我们也推出了 Smart Commands（智能命令）功能，通过问答的形式，让 AI 实现对 PDF 的智能操作。

对于 AI 未来的规划，公司希望能在各个环节引入 AI 和应用的结合，借助近似于自然语言交流的方式来指挥应用，改变人和应用之间的交互方式。我们也在规划后续引进语言和视觉交互，再次提升人和应用之间的沟通。

### 三、董事长总结

公司在两年前启动订阅优先以及渠道优先的双转型战略时，已经预判了会带来的收入放缓的影响。尽管双转型对于公司未来业绩的贡献水平还有待时间验证，但我们相信随着转型的继续推进，在收入端的负面影响将逐步减弱。因为在双转型平稳推进的两年后，有了好转的迹象，转型的初步成效开始在收入上体现。与此同时，在成本费用支出上，今年公司对成本费用，尤其

	是对新项目的投入上采取了进一步的控制。我们希望未来在收入端以及利润端都能有更好的表现。感谢各位投资者对公司的关注。
附件清单（如有）	无