

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：2024-07

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、上海海岸号角私募基金管理有限公司、进化论私募基金管理有限公司、上海丰沛资产管理、沛京资本管理（北京）有限公司、伟星资产管理上海有限公司、淳翰私募证券基金管理、长城国瑞证券、创梦投资管理（深圳）有限公司、上海天貌投资管理有限公司、平安证券股份有限公司、国元证券股份有限公司、浙商证券股份有限公司、东吴证券股份有限公司、上海贵源投资有限公司、深圳中天汇富基金管理有限公司
时间	2024年8月30日
地点	线上交流
上市公司参与人员姓名	董事长兼总经理 罗东平 副总经理、首席运营官 叶海强 副总经理、财务负责人 尚喜鹤 副总经理 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年上半年经营情况回顾 收入：2024上半年，公司实现营业收入3.81亿元，与上年同期相比增长2.02%；实现主营业务收入3.78亿元，同比增长2.33%；其中，自有安全产品收入同比增长约16.30%； 毛利率：由于收入结构的优化，公司主营业务毛利率同比提升较多，为75.54%，居于行业内领先地位；毛利率提升

主要系报告期内自有安全产品、安全软件产品的收入及其占比同比提升、以及公司服务成本同比下降所致；此外，也与公司在经营层面更加重视对业务单元利润的考核有关。

净利润：实现归属于上市公司股东的净利润-8,000.87万元，亏损同比收窄 28.81%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-8,559.44万元，亏损同比收窄 27.27%。因主营业务收入增长及主营业务毛利率上升以及报告期内取得软件产品增值税退税等其他收益增长，同时结合公司对期间费用的管控，报告期内亏损有所收窄。

整体上，公司围绕“控费增效、健康发展”中长期目标，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。上半年，公司持续推进“科技+生态”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，其主要内容包括：一方面，对内开展事业部制，调动团队积极性，通过加强对营销单元的利润考核，实现控费增效；持续推进芯片战略，并对应做好软、硬件平台的迭代更新，以不断提升产品性价比；同时，继续加强商机管理，为实现有质量的增长奠定基础。另一方面，对外继续拓展网络安全“朋友圈”，积极引入有质量的合作伙伴，扩大市场覆盖率及商机来源，有利于逐步降低公司自身获客成本。报告期内，公司渠道参与贡献的销售合同金额约 1 亿元，已超过去年全年水平。

报告期内，在加强经营管理的基础上，公司也为提振投资者信心、回馈股东做出了相应的努力。截至 2024 年半年报披露日，公司已实现回购股份 1,414,450 股，回购金额约 1,629.77 万元；公司第一大股东也已完成增持计划，增持金额约 2,007 万元。

目前，公司正向好向善地有序推进各项工作，但在客观层面，2024 年公司仍面临较大的挑战，尤其是考虑到网络安

全行业的季节性分布特征，下半年公司面临更大的拓展压力。但随着公司 2024 年“四大硬仗”的逐步深入推进，现有的商机储备，“科技+生态”模式的持续推广，以及公司持续优化组织结构、运营效率的提高，公司有信心向着目标靠近。

第二部分：投资者交流提问

1、上半年软件增值税退税和手续费返还对减亏有拉动作用，公司对持续性与扭亏节奏展望是什么？

答：软件增值税退税和个税手续费返还均属于公司其他收益，主要由政府补助构成，目前来看软件退税和科技项目政府补助的可持续是比较稳定的，对公司利润持续贡献帮助。但从公司经营的角度，要实现减亏并恢复盈利，还是主要依靠自身业务能力的提升，以 2024 年为例，公司制定了阶段性目标，循序渐进。从目前披露的定期报告数据看，公司 2024 年第一季度净利润同比减亏约 14%；第二季度净利润同比减亏约 82%；公司对第三季度制定的目标是实现单季度盈亏平衡，第四季度的目标是实现单季度盈利。

另外，公司于 7 月 20 日披露的 2024 年限制性股票激励计划，公司层面的业绩考核指标是 2024 年收入端同比实现 20%及以上的增长、2025 年收入端相较于 2024 年同比增长 20%及以上且当期归母净利润（扣除股份支付费用后）为正。这意味着公司今年的目标除收入端的增长以外，更要努力实现亏损的显著收窄。为实现这一目标，公司制定了年度的四大硬仗，以此为切入点，确保目标的最大程度达成，其中对当期收入、利润推动最直接的便是“百客计划”与“信创战役”，具体来说：

(1) 上半年，在完成高潜型、价值型客户的筛选后，启动了“百客”拜访计划，山石网科公司级负责人及多个业务团队

共同完成了多家头部金融客户、多个重点行业客户的拜访，拜访计划广泛覆盖全国多省份的近百家客户以及海外的一些头部客户，通过与价值型客户形成战略合作，有利于发挥火车头作用，带动公司整体收入规模的稳定增长；

(2) 目前，公司共推出近 70 款信创产品，涉及 18 个品类。信创产品结构的不断丰富有助于公司构建高性能、高可靠、可扩展的国产化产品安全解决方案能力，逐步在信创市场领域建立竞争优势，2024 年上半年，公司实现信创销售收入 6,250.31 万元，同比增长 184.57%。此外，在信创生态上，公司已经和统信、龙芯、海光、飞腾等国产基础软硬件厂商签署了战略合作协议，并和多家信创领域的上游厂商展开在产品解决方案、兼容性适配、技术交流、安全防护等多方面的合作。

整体来说，2024 到 2025 年，实现收入持续增长、利润不断减亏并扭亏为盈，是公司发展的短期和重要目标，正在持续推进。

2、今年初制定的四大硬仗计划在逐步落实，并且在信创等方向取得了比较好的成果。公司下半年看好哪些市场方向，在经营打法上做了哪些相应的安排？

答：目前，四大硬仗正在持续推进，其中特别是信创市场的开拓，信创产品持续取得较高的收入增速，贡献更多的收入占比。上半年，公司前六大终端客户行业分别为金融、政府、互联网、运营商、教育、能源，排名相对稳定。

从上半年来看，宏观环境仍然有较大的压力，具体到各行业来说，公司仍要加大金融领域的深耕。目前，公司在各金融大行的商机储备比较充分；政府行业需求复苏良好；能源、轨道交通这类新培育的行业，在公司的开拓基础上，保持不错的发展态势。整体上，公司依然看好信创的需求增长，并

将持续深耕金融、能源、轨交行业，把握政府行业需求复苏的机会。

同时，在经营策略上，今年公司推行了事业部制，其核心是对各事业部投入产出进行独立核算、重点考核利润指标。公司一方面要求事业部制注重投入产出的均衡，加强盈利能力，另一方面也要求事业部在实现事业部经营目标的基础上，配合公司级整体目标的实现。因此，为横向拉通行业销售与区域销售，公司目前推行了行业总监工作制度并配置了对应的行业技术专家，以配合实现公司级战略，此举亦是此前三维互锁的升级。以运营商行业为例，公司要求一方面实现运营商行业自有业务的开拓，另一方面加强和运营商行业客户的战略合作，以此覆盖到更多的政企客户。

3、公司在销售层面进步明显，渠道贡献已经约 1 亿元。公司主要做了哪些变革，带来了渠道自产单的放量。公司是以什么优势，让渠道端更愿意推公司的产品？比如性价比，还是激励政策等？这个是否能持续？

答：目前，山石网科在渠道管理方面的变化和改善主要体现在以下方面：

（1）实现了和第一大股东神州数码的强强联合，落实了“科技+生态”模式，协助公司扩大了网安生态圈；

（2）进一步规范了渠道政策、扁平化销售层级，逐步提高生态质量及运营效率；

（3）在目前的签约合作伙伴中，明显看到有更多头部集成商公司陆续聚焦山石的业务，例如神州新桥、紫金、华讯等；

（4）公司自身也在持续优化渠道资源，丰富多极合作伙伴结构，并进一步加深与总代之间的合作。近期公司引入了一家新的总代，未来在 AI 等新业务领域也会有合作机会。

总体上，公司对于渠道代理商的管理已逐步从追求签约数量

向签约质量升级，公司积极寻求有一定资金实力、品牌影响力以及人员规模的价值型合作伙伴成为公司的认证代理商，并通过提供各类互惠互利政策吸引合作伙伴提供商机、协同开拓市场。同时，更多优质合作伙伴选择与公司合作，亦从侧面体现了公司的内在价值。

4、海外市场上半年表现情况如何？公司在海外布局多年，目前是否能看到临近海外市场放量的奇点？在国内环境较差的情况下，公司是否会更多加大海外市场投入？

答：目前公司在海外市场已经具备一定的销售规模和品牌影响力，2024 上半年公司海外（含港澳地区）收入约 3,522 万元，占比主营业务收入约 9.3%，同比增长约 9%；在此基础上，今年公司对海外的销售策略进行了优化，主要变化在于：

- （1）海外市场拓展已经从简单覆盖更多区域转变到本土深耕，目前主要聚焦巴西、东南亚、港澳；
- （2）从追求数字（销售额）到追求盈利（经营质量）；
- （3）海外销售人员尽量本地化，降低销售人员的维护成本，提高客户粘性。

整体上，公司海外策略的目的在于提高人效并且在提升收入增长基础上侧重盈利能力，通过资源的集中投入打造样本，再逐步推广复制。例如 2024 年公司成立了港澳事业部并采用上述策略进行业务开拓，目前进展良好。从中长期看，海外业务仍然是公司的战略重点，公司会持续、有针对性地投入，并争取成为公司收入、利润来源的有益补充。

5、信创背景下，由于国产芯片性能限制，公司目前的产品，能否突破这个限制？例如是否有一些高性能信创防火墙？

答：基于国产 CPU 和进口 CPU 在性能、性价比方面存在差距及信创市场正全面铺开的形势下，公司开展了 ASIC 芯片

的自研工作，相关研发进度已在 2024 年半年报中详细披露。在 ASIC 芯片研发完成之前，公司已经发布了 FPGA 产品，如 2024 上半年发布的 K7680 国产化产品，具备高性价比、高性能、高可靠的特点，能够满足当下对国产高性能防火墙的需求。公司预计，待后续 ASIC 芯片研发完成，并进行平台搭载和产品应用后，公司的产品在同样成本的情况下，有望大幅提升国产化产品性能和实现更高的性价比，从而提高市场竞争力。

6、公司今年人员的规划情况，以及在降本增效方面有哪些措施？

答：(1)整体人员情况：截至上半年末，公司员工总数为 1,683 人，同比减少约 10%。公司自去年以来，实行组织变革和控费增效，人员结构调整已基本完成，预计到 2024 年底，人员规模在控费增效的大背景下，不会有大的扩张；

(2)上半年三费情况：根据半年报数据，上半年公司销售费用同比下降 2.27%，其中第二季度单季度同比下降约 10.59%；公司研发费用同比增长 7.93%，主要系报告期内数据安全、端点安全等各研发项目的投入，并叠加调薪的影响；公司管理费用同比增长 34.21%，主要系报告期内支付了离职补偿金、会议活动等费用，剔除该类一次性费用影响后，管理费用同比增长约 9%；公司三费得到进一步控制，但仍有优化的空间，公司也将：

- 1) 不断优化组织结构和流程、减少内耗，根据公司的战略发展需要持续进行组织优化和流程建设；
- 2) 在过往人员优化的基础上，不断评估各部门各组织的效率情况，进行持续性动态的人员优化；
- 3) 坚决推行事业部制，强化以利润为本的经营意识，提高事业部负责人的成本意识和产出意识，实现追求经营规模到

追求利润的转变，并在事业部制下引进内部结算机制，使得各负责人更加关注投入产出比，能够更加准确地看到经营成果。从 2024 年半年报来看，事业部制已经取得了一定的落地效果。

7、公司和神州数码的协同进展，渠道侧后续有哪些挖掘空间？

答：除了继续在分销业务与渠道生态建设方面的深度合作外，双方在持续挖掘重点行业协同开拓的业务机会。以金融行业为例，神州数码与山石网科建立了协同开拓团队，目前在部分股份制商业银行实现了山石网科信创防火墙的国产化替代。

此外，针对渠道侧业务，在区域开拓和解决方案输出方面，仍然有很大的挖掘空间。在区域开拓上，对于山石网科尚未建立市场优势的区域或者投入产出效率较低的区域，可以借助渠道的力量，与渠道建立价值型合作，通过山石网科提供技术和产品资源、渠道提供销售资源和本地化服务能力，来完成新的市场区域的开拓；在解决方案领域，将山石网科的产品纳入渠道 IT 服务的整体解决方案，作为其安全要素的组成部分，实现山石网科更广泛的产品覆盖。

8、云安全的增长驱动点在哪里，对比友商，公司有哪些竞争优势？

答：上半年，公司云安全产品及服务实现的收入同比增长约 55.95%；云安全的增长驱动点主要来自以下方面：

- （1）从客户维度看，主要来自于和云厂商的合作加深带来的收入，合作伙伴满意度较高，例如华为云；
- （2）从产品维度看，结合主机安全的推出，公司已逐步完成云安全的整体化布局，并具备较强的解决方案能力，同时，

	公司产品既有的技术领先性和服务质量能够满足该类高需求的价值客户的需要，带动了云安全的增长。
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沟通交流，不存在未公开重大信息泄露等情形。
附件清单（如有）	无
日期	2024.9.3