

证券代码：002410

证券简称：广联达

广联达科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-003

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	<p>本次活动采取现场调研+线上会议形式，参会人员总计 50 人，详细名单信息请参阅文末附表。</p> <p>现场参会的投资者均已签署调研承诺函，线上参会者无法签署调研承诺函。但在交流活动中，我公司严格遵守相关规定，保证信息披露真实、准确、及时、公平，没有发生未公开重大信息泄露等情况。</p>
时间	2024 年 05 月 07 日
地点	广联达二期大厦 621 会议室
形式	现场/线上
上市公司接待人员姓名	董事长、总裁 袁正刚 董事会秘书、副总裁 冯健雄
交流内容及具体问答记录	<p>Q1：公司今年的经营调整举措</p> <p>答：23 年对公司来说比较特殊，内外部环境都有变化，23 年年初对外部环境的估计偏乐观，导致资源投入过大，最终整体业绩承压，不过公司从 23 年下半年已经开始逐步做出调整，今年的主要调整的方向有：</p>

(1) 产品层面更加聚焦和细分：按照不同的阶段，将公司产品分为 H0-H3 四个阶段，其中 H0 主要是造价成熟产品，也是公司基本盘业务，要保持稳健发展，为公司贡献更高利润；H1 是已经经过验证，处于规模化阶段，有良好的市场空间和一定优势市场地位的产品，但以往公司给的资源投入还不够，今年会作为发展的重点，目标实现快速的规模化，主要包括工程数据、清标、数维设计以及施工的物资管理、劳务管理和斑马进度六个产品；H2 是处于样板阶段的产品，在市场上有一定验证，但要把产品做得更扎实，所以会在有限的地区做样板客户或样板渠道，当下不追求大规模的推广，更多是打磨产品价值；H3 是处于相对比较早期的孵化阶段的产品。整体来看，后续会将资源重点聚焦投入在 H1 阶段的产品，以带动公司整体增速，对 H2 和 H3 的投入会进行控制。

(2) 区域聚焦，做有效市场：提出 10+4 地区，公司近 80% 的收入来自这 10+4 地区，其中 10 个区域是当前建筑业 GDP 比较好且公司有优势的市场，4 个是建筑业 GDP 比较好但是目前公司还没有做的很好需要突破的区域。

(3) 业务拓新，加大基建投入：基建的市场空间比较大，包括市政、公路、铁路等多种类型，但是公司以往关注度不够，后续会加大基建业务拓展。

(4) 内部管理方面，打造精兵强将，合理管控费用投入：一方面公司在一季度做了人员优化，近 15% 的比例；另一方面也加大对专项费用的管控，如市场活动支出等均做了费用的控制。

Q2：公司对外部环境的判断和展望

答：从公司的判断来看，建筑行业已经逐渐告别了持续高速发展的阶段，正在走向高质量发展阶段，建筑行业是 30 万亿产值的大体量行业，整体的发展会相对稳定，短期在行业调整的影响下，在整体稳定的基础上会有承压。过去建筑行业发展的快，客户对精细化管理和数字化发展重视程度不够，现在行业发展速

度慢下来了，客户反而更加重视精细化管理和数字化投入，在建筑行业进入高质量发展阶段后，恰恰使行业数字化迎来了更好的发展：

首先客户对数字化的意识发生了改变。过去客户数字化投入主要来自于民企和央国企里面的示范项目，但是这两年发生了很大的变化，在行业由高速发展转向了高质量发展后，央国企都在提精细化的管理，国资委层面也加大了对利润率的考核，而且越来越多的客户也在认可，精细化的管理需要依靠数字化，国央企对数字化的认知和意愿明显提升，可以理解为以前行业发展很快，但是数字化的比例很低，现在行业发展慢下来了，但是数字化的意识在提升，会带来很大的提升空间

其次是基建领域还是有很大的空间，它们对管理的要求还是非常高，公司前些年在基建领域一直在储备和打磨产品，在基建领域的占比比较低，现在设计、造价、施工产品纷纷推出和成熟，后续更多是要连接起来发挥一体化价值，加大对基建业务的拓展。

因此在这种环境下，公司一方面会在产品端持续满足客户需求，给客户创造价值，造价岗位工具更多是提效，施工产品更多是为客户节省成本，同时会加强产品之间的连接，如设计造价一体化，通过这种方式让设计师在设计阶段也能把成本算清楚，给业主和设计院都带来更多的附加价值；另一方面是在内部管理上提效，人员规模上强调精兵强将，专项费用上合理控制缩减，能够有效控制成本费用投入。

Q3：数字新成本产品打磨的情况及后续发展的展望

答：数字新成本从产品节奏上看，是22年推出，23年重点做交付，24年一季度因季节性等因素影响，有效时间比较短，很多产品价值打磨和市场拓展的进展和效果还没有体现出来，数字新成本在这个阶段重点关注的是续费率，续费率比我们预期的要好。

从产品发展来看，首先新成本的市场空间是比较大的，以前传统造价更多是服务于交易和招投标阶段，但是招投标结束后，施工企业要做内部的成本测算，并贯穿整个施工的过程，因此新成本的服务生命周期要更长。其次客户在做内部成本测算时，需要有更贴合客户真实成本管理的数据，所以我们就需要帮助客户建立材料库、指标库等数据库，之后才能做准确的成本测算，所以新成本不是一个简单的岗位工具软件，它需要和企业的管理能力相匹配，相比单个工具软件相应的实施交付周期也会长一些。再次新成本不仅是目标成本测算，其后续的发展，会向两端进行延伸，一方面向设计环节延伸，发挥设计成本一体化价值，另一方面向施工过程延伸，支撑过程结算和成本动态管控，后续也会和公司的施工产品打通，以便更有效的收集和沉淀项目真实成本数据。

公司将新成本列为 H1 重点发展的产品，目标是推动产品保持稳定增长。

Q4：施工业务发展的进展以及当下的经营预期

答：施工业务的定位是公司的第二曲线，从产品的角度来看，施工和造价不同，造价是工具，重点在岗位提效；施工是管理产品，复杂度会比造价高。施工业务发展的关键是要有整体系统性，形成覆盖岗位级、项目级、企业级的互相连接的系统性解决方案，这也是施工业务投入大、吃资源的地方，但是投入高的同时也说明了竞争壁垒比较高，施工业务当下虽然还没有盈利，但和友商的差距已经明显拉开，而且从市场空间的角度施工也比造价大的多。

施工业务在年初做了很多调整，一季度的业绩还未体现调整的效果。后续对施工业务的跟踪，可以从以下两方面观察，首先在时间上二季度和三季度效果体现会更明显；其次要看结构，今年重点推广的是 H1 产品里面的三个施工单品，产品主要应用在项目层或岗位层，一定程度上降低了客户的决策层级，成交周期

也会加快。以前施工的收入很多是靠硬件，目前策略上在调整软硬件的占比，除像智能塔吊、模版智能加工等自研硬件外，主动降低外购硬件比例。

从当下发展来看，施工业务收入要恢复稳健增长，利润和现金流是更重要的目标，要加快扭亏为盈的进程。

Q5：造价业务进展和下游行业变化带来的影响

答：我们现在将造价升级到了成本，成本是大成本的概念，也是客户关注度最高的地方，以前只做了房建的招投标阶段，未来是延伸到全过程。这个业务也是公司的基石业务，总体来讲还是比较稳定和乐观的，从23年和今年一季度的业绩表现也可以看出来，造价成本业务整体能保持稳定的原因主要有几个方面：

首先造价成本业务和地产的关联没有那么紧密，其主要服务的下游行业是建筑业。建筑业下游分为房建和基建，其中房建占比是最大的，但房建又不仅是房地产，还包括工业厂房、公共建筑、各类企业自建办公和生活用房等，23年减少的主要是房地产项目，其余的业务还相对稳定，特别是一些产业园区、新能源厂房建设等增长很快，此外公路、市政等基建的投入量也在提升，都会对地产的下行做一个有效补充。

其次是产品的商业模式云化后，只要客户还在持续经营，就需要我们产品的服务，就目前来看造价员的数量相对稳定，而且虽然客户的项目数有一定的减少，但是与此同时客户的招投标行为变得更加激烈，反而在一定程度上增加了客户对产品的使用。

以前客户对成本精细化管理的意识不够强，现在成本管控的意识和要求逐步加强后，像新成本这样的产品就比较能符合客户对成本管理的需求，会有更好的发展机会。

Q6：设计业务目前的投入进展

答：设计业务的进展在计划之中，分为市政设计和房建设计，市政设计是收购了洛阳鸿业，在此基础上，更换为公司自主研发的底层平台，也得到了客户比较好的反馈，打造了很多样板

	<p>客户。房建设计涉及建筑、结构、机电三个专业，机电主要是和欧洲子公司 MagiCAD 的能力进行整合，设计软件目前主要聚焦 EPC 工程总承包客户的拓展并打造企业应用标杆，打磨产品夯实价值，收入规模短期不会太大。</p> <p>Q7：海外业务的战略布局和进展</p> <p>答：全球化在未来会是公司的一个重要发展方向，但当下更多是打基础、铺产品，对收入规模的贡献没有过高要求。当前公司的国际业务是分了两个区域，亚洲和欧洲，主要面对的是当地的本土企业，公司会根据不同国家的本土国情等选择不同的销售模式和重点推广的产品。</p> <p>东南亚的业务模式和国内还是比较类似，未来会在印尼、马来西亚、新加坡等加大造价类的产品推广和投入。</p> <p>欧洲主要是基于 MagiCAD 和后续收购的一些公司如 EQUA 等进行运作，重点会以设计产品为主导，倾向于直接销售，建立自己的团队。</p> <p>Q8：人员优化调整的考虑</p> <p>答：按照今年业务聚焦的战略要求，公司层面的人力资源优化调整已经在一季度调整完毕。后续个别业务线也会根据自己的发展情况和需要进行局部优化调整。公司资源优化调整会兼顾短期利润和长期发展需要，动态调优。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>本次活动不涉及应披露重大信息</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有）</p>	<p>无</p>

附表：参会人员名单（排名不分先后）

机构名称	姓名
远信投资	肖运柯
华夏基金	屠环宇
天弘基金	杜昊
泰康基金	游涓洋
华夏久盈	冯安铭
华夏久盈	齐佳宏
华夏久盈	李孟海
华夏久盈	孙玉姣
博道基金	高笑潇
汇添富	钱诚
高信百诺	王亮
才华资本	张一诺
人保资产	李金阳
和谐汇一	章溢漫
博时基金	陈鹏扬
易方达基金	何一铖
景顺长城	韩文强
中信资管	罗毅超
中信资管	许宏图
中信资管	于聪
华商基金	王云翥
高信百诺	李广帅
璞瑜资本	谷天佐
明世伙伴基金	付梦晨
红杉资本	闫慧辰
淡水泉投资	姜向中
彼立弗投资	李文
拾贝投资	张剑
中信证券	马庆刘
中信证券	韩林轩
百达资产管理	胡安祺
Marshall Wace	Ardea WANG 王一开
安本亚洲	Bush Chu
路伯迈	Fiona Liu
富达基金	Frank Wan
马来西亚国库	徐佳文
Dowgate Wealth Limited	Linda Wang
Point72	Lydia Lyu
Wellington	白玉洁 Melody
Abrdn Hong Kong	Nicholas Yeo

Sparx Asset Management	Chin Pang Peter Hung
兴全基金	任相栋
瑞银资管	Rong Ye
TX Capital	Ryan Ma
泰康香港	苏静仪
Fidelity MGMT	Tong Chen
高毅资产	任晓晨
兴全基金	谢书英
O' Connor	张胤 Yin Zhang
高毅资产	刘翌旻