

# 山石网科通信技术股份有限公司

## 2020年1月投资者调研纪要汇总

### 一、主要活动形式

√现场参观                      √特定对象调研（来访人员明细详见附表）

### 二、主要沟通的问题

#### 1、目前国内信息安全市场格局比较分散，如何看待未来竞争格局？

答：从目前来看，信息安全行业的格局较为分散，暂未出现大规模企业，主要系行业的价值未被充分挖掘；随着国家对于安全的重视程度，及安全事件频发带来的风险成本加大，信息安全建设将变成基础设施建设的一部分，行业的整体规模将扩大；基于安全的价值被日益认可，客户也会越发看重安全产品的品质，同时，信息技术的升级迭代会带来更多新场景应用，这些都要求安全公司具备强大的技术积累和创新能力，这将有利于有技术积累和研发优势的企业。

#### 2、公司销售模式的介绍？

答：公司主要采用直销和渠道代理销售相结合的销售模式，并以渠道代理为主。公司渠道代理模式可进一步分为公司销售人员参与获取客户以及渠道代理商自行开拓客户两种情形。

#### 3、如何看待科创板？

答：我们认为科创板对于科创企业来说是一个很好的机会，有助于公司的成长；科创板的信息披露制度，可以让投资人及时了解公司并通过股价给予反馈；总的来说，科创板为企业可持续健康发展创造了良好的条件。

#### 4、近年来行业变化挺多，如果将时间拉长来看，公司未来的定位是什么？是追求大而全，还是小而精？

答：公司不会盲目追求大而全，会继续坚持精品战略，但体量不会小；其一，行业的边界在不断扩展，其二，公司会根据客户的需求与公司的技术优势不断扩充产品线。另外，从全球范围内来看，头部网络安全厂商都不是大而全的公司，都有各自的侧重领域，这也符合网安行业的特性。未来，公司会继续沿着精品战略的思路，根据国内、国外市场客户的不同偏好，提供有竞争力的产品和服务。

#### 5、公司在防火墙等网络安全硬件市场的竞争优势主要体现在哪些方面？

答：在以防火墙为主要代表的安全硬件市场上，公司的竞争优势主要体现在：多年技术积累与传承、自主软、硬件一体化设计研发、产品性能指标业内领先，并且实时迭代更新；经过多年的市场拓展，公司在高端市场树立了“精品”的品牌形象，借助在高端市场的品牌形象，有利于公司推广其他系列的产品及对市场的进一步下沉与延伸。

**6、金融行业是山石的主打，这块的竞争格局、未来发展趋势如何？**

答：从过去一年的情况来看，中高端市场的竞争格局没有大的变动，公司继续在金融行业保持竞争优势，逐渐从防火墙产品渗透至其他产品类型，进一步满足客户多元需求；另外，从业务发展的趋势来看，客户对于网安产品的性能、品质等要求会越来越高，有技术壁垒的企业更具竞争优势，公司会继续加强技术研发，巩固在金融行业的优势地位。

**7、云安全是公司亮点，这一块市场的拓展情况如何？公司在云安全方面的竞争优势？**

答：在云安全方面，公司是全球较早投入产品开发和销售的厂商之一，微隔离与可视化是我们在产品方面的优势；云安全产品也是此次募投项目之一，公司正在积极扩充云安全产品线，未来随着等保 2.0 对于云安全、微隔离相关合规要求的落地，公司的云安全产品将保持不错的发展态势。

**8、公司产品线的扩展进程如何？公司以 UTM 见长，已对多个功能模块有积累，单拉产品线是否比较容易，且能继承防火墙优势，非防火墙品类(如 IPS/WAF)是否能独立去卖了？**

答：公司的产品线在持续丰富中，主要的方向有：持续完善等保 2.0 相关的产品库、云安全产品线的扩充、国产化的产品扩充、5G/IOT 等新经济新场景下的业务衍生需求等；近年来，IPS/WAF 产品线，作为边界安全产品线的重要组成部分，已经取得了良好的发展增速；未来会根据市场需求并结合公司的实际情况继续加强产品线的扩充。

**9、公司是否会加大安全服务投入？**

答：公司会加大安全服务的投入，这块本身会带来业务增量，同时还会帮助公司提升产品渗透率；但公司会在人员投入和产出之间保持合理的节奏。

**10、是否会在海外市场加大投入？如何看待海外市场的发展？**

答：目前，海外市场的销售处于布局与市场培育阶段；公司认为，海外市场是公司未来成长的重要组成部分，并且公司高管团队具备海外经验，有助于公司拓展海外市场。

**11、公司与 360 的合作情况？**

答：公司与 360 保持着顺畅的沟通，在相关业务、技术方面的对接上逐步有了一些项目的落地，未来公司也会继续加强双方的交流与合作，具体信息还请及时关注公告内容。

**12、公司目前渠道建设的情况如何？渠道建设中最大的难点是？**

答：从 2018 年起，公司对于渠道队伍进行了调整，主动精简优化了渠道合作伙伴的构成；今年将进一步深化渠道建设，通过内部职能优化，加强与渠道的合作，赋能渠道，提升公司在渠道内的支撑力度和影响力，从集成商、行业 ISV 到总代、各级中小渠道代理商，公司力图打造一个专注在网络安全解决方案的生态圈。渠道建设中的难点主要在于如何切分细分市场及对渠道能力的培养。

**13、 公司未来产品拓展的思路？**

答：总体上，公司会基于自身的产品优势和技术积累，进行产品线的丰富与拓展。从合规的角度来看，公司会紧跟相关法规的具体要求，匹配相应的产品线，满足客户的安全需求；从产品品类的角度来看，公司持续在以防火墙为代表的边界安全产品的基础上深挖，在 IPS、内网安全、应用交付、云安全、安全运维、WAF 等细分领域进一步扩充与拓展；从信息技术的角度来看，公司会密切关注新技术的发展与应用，例如 5G、IOT 等，并研发与之适配的安全产品。简而言之，公司会紧密围绕客户的多元需求与信息技术的更新迭代，持续丰富与拓展产品线，从而更好地服务于客户、以及服务更多的客户，不断实现新销售场景的突破。

**14、 安全市场受众面很广，公司的市场拓展策略？**

答：整体上看，公司会继续巩固原有的优势行业客户，例如金融、区域性政府、运营商、互联网、教育等；现阶段，国内网安行业的发展受政策驱动的影响较大，公司未来会重点关注受相关政策影响较大的行业，例如能源、医疗、大政府等领域。

**15、 分销渠道的客户需求与金融、运营商等大客户区别很大，公司如何适应这类需求？**

答：公司会根据终端客户的不同需求来匹配不同类型的产品。分销渠道面临的客户大多为中小企业，IT 维护人员相对较少，适用于成熟、易操作的产品。针对这类客户，公司目前主推的为 C 系列防火墙、以及 IPS 等应用安全类产品；未来会随着产品线的丰富，推出更多适合分销渠道客户的产品。

**16、 从目前的股权结构来看，核心管理层股权较少，是否会影响管理的稳定性？**

答：公司目前的股权激励基本覆盖了管理层及骨干员工，从公司过去十余年的经营管理情况来看，公司的核心管理层是比较稳定的，健全的公司治理结构和内部控制体系，更有利于公司发挥现代企业管理制度的优势，保障公司可持续健康发展。

附：山石网科现场接待记录表

时间	地点	接待人员	来访人员
2020. 1. 06	苏州 会议室	董事会秘书兼财务负责人 尚喜鹤 投资者关系经理 唐琰	股东 叶国伟 金投能源 蒋丽云
2020. 1. 07	苏州 会议室	董事长兼总经理 罗东平 董事会秘书兼财务负责人 尚喜鹤 投资者关系经理 唐琰	广发证券 庞倩倩；东吴 证券 郝彪；国信证券 库宏垚；永赢基金 任 桀；交银施罗德 刘庆 祥；民生证券 罗戴熠； 天风证券 沈海兵、徐 骞；中信证券 杨泽原、 潘儒琛；华创证券 刘逍 遥；国元证券 耿军军； 人保养老 李金阳；广发 基金 宋兴未；华泰宝兴 基金 黄佳丽；中泰证券 何柄谕；华泰柏瑞 曾懿 之；方正证券 方闻千； 汇添富 夏正安；兴全基 金 陆士杰、孟灿；平安 资管 刘宁；安信证券 徐文杰；南方基金 凌天 白；富国基金 何激；中 银基金 王嘉琦；长江养 老 钱诗翔；泓澄投资 冯浚瑒；嘉实基金 邵秋 涛；国泰君安 李沐华
2020. 1. 16	苏州 会议室	董事会秘书兼财务负责人 尚喜鹤 投资者关系经理 唐琰	永赢基金 任桀 永赢基金 郭鹏 永赢基金 常远