

证券代码：300454

证券简称：深信服

深信服科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2019-02

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（）
参与单位名称及人员姓名	中金公司黄炳延；光大证券卫书根；安信证券曹佩；招商证券刘玉萍；国金证券罗露、朴虹睿；西南证券刘忠腾；国信证券梁佳、于威业；新时代证券李博伦；海通证券张峥青、张弋；申万宏源宁柯瑜；天风证券容志能、缪欣君；中信建投证券石泽蕤；平安证券闫磊；万联证券曾巩超；中国银河证券钱劲宇；国盛证券安鹏；东方证券浦俊懿、陈超；方正证券安永平、翟炜；华创证券陈宝健；易方达基金叶曦；安联投资 Jason Hsu；施罗德基金 Ashley Chung；毕盛资产 APS 龚昌盛；河床资本朱震；深圳中欧瑞博任建军；广东冠丰资产张德强；广州金域投资黄瑞赟；中邮基金杨欢、雷蒙；高瓴资本李广帅；创金合信基金周志敏；广东竣弘投资陈翔；民生加银基金金耀；平安基金李辻；民森投资王超；星石投资董延涛；融通基金伍文友；永赢基金任桀；景林资产孙玮、张书恒；大成基金郭玮羚；睿远基金胡大林；君择研究所傅晓阳；瑞达资产黄登峰；深圳海富凌资本陈凌；国投瑞银基金；天风天成宋鹏；泓赢资本王昊等共计 59 人参加。
时间	2019 年 5 月 11 日上午 9:30-11:30 2019 年 5 月 11 日下午 14:00-16:00
地点	公司总部会议室

<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事会秘书：蒋文光 证券事务代表：王海立</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>一、公司 2018 年经营情况回顾</p> <p>报告期内，公司实现营业收入人民币 3,224,450,529.19 元，归属于上市公司股东的净利润人民币 603,275,680.00 元，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润人民币 551,683,129.64 元，较去年同期分别增加 30.41%、5.19% 和 5.44%。</p> <p>报告期内，信息安全业务收入为人民币 1,891,580,752.08 元，同比增长 24.55%，占公司整体收入比重由去年同期的 61.43% 下降至本期的 58.66%；云计算业务收入为人民币 866,790,702.83 元，同比增长 59.17%，占公司整体收入比重由去年同期的 22.02% 上升至本期的 26.88%；以企业级无线为主的基础网络业务收入为人民币 393,770,156.93 元，同比增长 18.32%，占公司整体收入比重由去年同期的 13.46% 下降至本期的 12.21%。</p> <p>报告期内，公司进一步加大投入，尤其是加大了研发投入，报告期内研发投入（不含股份支付）同比增长 58.78%，超过营业收入增长率。</p> <p>二、公司 2019 年发展计划</p> <ul style="list-style-type: none"> （1）紧紧围绕客户需求，继续加大研发投入； （2）加大行业市场投入，做大做强行业市场； （3）改进商业市场管理，夯实商业市场优势； （4）改进客户和渠道服务体系； （5）继续坚持在国际市场的投入； （6）加强行业生态建设，尝试产业投资。 <p>三、Q&A</p> <p>1、2018 年商业市场做的不好的地方？</p> <p>公司对商业市场的定义为中小企业客户。2018 在商业市</p>

	<p>场新渠道拓展和现有渠道活力激发方面的不足，导致营收增长不达预期。</p> <p>2、公司今年计划的人员投入情况？</p> <p>主要还是研发人员的投入，销售人员方面希望能够提升人均销售额，具体人员增长情况会根据实际情况调整。</p> <p>3、公司研发费用的具体分配情况？</p> <p>主要包括新产品的开发，原产品新功能新特性的开发和持续改进，以及信息安全、云计算等领域基础技术的开发。</p> <p>4、目前研发人员的增加是基于新产品的开发还是基于其他需求？</p> <p>公司希望不断优化原有的产品线，并努力拓展新的业务，都是为了满足各行各业客户的 IT 需求。</p> <p>5、2019 年一季度公司业绩增速较低的原因？</p> <p>一方面是公司春节假期较长，减少了整体的工作时长；另一方面是公司年初有较大的组织架构调整，一些区域主管更换后熟悉业务需要一些时间，造成一季度整体业务的增速较低。下游客户需求是否变动需要更长时间观察。</p> <p>6、一季度销售费用增长较快，是否因为公司组织架构调整的原因？</p> <p>主要是人员的增加、人员薪酬的增长和市场推广费用增加所致。</p> <p>7、公司对于超融合市场的判断？</p> <p>认为是趋势，目前还在早期，更广泛地被接受还需要一些时间。</p> <p>8、超融合业务的获客成本？</p> <p>在行业内侧重于具有影响力的标杆客户，做起来能够起到示范作用。渠道没有返点，主要是人员成本，未来希望人均销售额不断提升。</p> <p>9、超融合预期是否能有 50% 的增长？</p>
--	---

	<p>内部目标远远高于这个，定目标很容易，但是实现不容易。</p> <p>10、超融合有多少信息安全的老客户？复购的比例？</p> <p>没有精确的统计数字，猜测不低于 50%，复购的比例超过 30%，但这些数字并非精确的统计结果。</p> <p>11、公有云、私有云、超融合等业务后期是否会和行业巨头进行直接竞争，公司之间的竞争情况？</p> <p>市场的竞争始终存在，公司看好目前业务发展的赛道，也将继续以用户的需求为导向，不断推出真正能满足用户需求的产品和解决方案。</p> <p>12、云安全的应用场景？</p> <p>公司内部所提的云安全主要是云安全资源池，主要应用在政务云的场景。</p> <p>13、公司超融合产品目标客户群体？</p> <p>公司认为各行各业的企业级用户都是超融合产品的潜在客户，但不同行业拓展进度会有较大差异。</p> <p>14、超融合业务渠道与信息安全业务产品的渠道不复用，考虑的原因？</p> <p>渠道资源是复用的。但云计算业务相对来说较为复杂，对渠道要求确实高一些，一直在努力拓展体量较大、战略性的渠道合作伙伴。</p> <p>15、超融合方面的竞争来源于？</p> <p>主要是 IDC 报告中排名靠前的几家厂商。</p> <p>16、深信服超融合替代传统 IT 架构还存在哪些问题？</p> <p>认为技术方面没有太大问题了，主要问题为客户目前对新鲜事物的接受程度。</p> <p>17、2018 年年报中披露了一些新的产品和解决方案，能否大致讲述产品目前的进展情况，下游用户情况，及公司对新产品的展望？</p> <p>产品的进展情况公司可以关注公司正式发布的信息，公司</p>
--	---

始终坚持以解决企业级用户的实际需求为主，下游用户群体较之前不会有太大的变化。

18、公司在安全业务产品拓展方面的思路？

公司产品的开发来自于客户实际需求，公司坚持以客户需求为导向，定期调研客户需求，根据行业发展趋势和客户的需求不断改进产品，以及推出新的产品。

19、公司在不断发展的过程中，云业务涵盖的内容有所调整，2018 年年报显示云业务营收中超融合增速较快，对于云业务结构性变化，超融合的增长趋势，能否做详细的讲解？

当前的云业务主要包括超融合、托管云，公司今年计划将推出私有云、混合云等产品和解决方案。

20、公司行业发展的计划？

公司今年会加大行业客户拓展，目前正在推进与越来越多的行业内领先的合作伙伴进行合作，加强公司生态建设。

21、公司 2018 年经营性现金净流量的增速高于净利润增速，原因是哪些，是否和渠道业务的发展有关？

有一些关系，另外相应的股份支付等事项会影响公司利润，但不会影响现金流，比起净利润，公司更看重经营性现金净流量。

22、海外的销售策略和国内是否一致？

大体一致，都是通过代理商销售。

23、公司海外投入的业务方向？

公司在东南亚、中东、欧洲等地区主要推行 IAM、下一代防火墙、企业级无线、超融合等业务。

24、公司海外客户的管理方式？

海外客户的对接较多由渠道进行，但公司依然坚持定期调研客户，了解客户的实际需求。

25、公司对海外业务的收入预期目标是和公司整体增速持平还是会要求更高一些？

	<p>因为基数小，希望高于公司整体增速。</p> <p>26、等保 2.0 政策给市场带来的增量，对行业的影响？公司和友商在信息安全市场的区别是什么？</p> <p>（1）近两年信息安全整体市场的发展已经受惠于等保 2.0 政策。</p> <p>（2）公司是一家产品驱动的公司，坚持做标准化的产品，以全面渠道化的战略为发展目标，不依赖于某些特定的细分行业客户。</p> <p>27、安全服务化作为行业的一块趋势，公司的发展策略？</p> <p>公司有安全服务相关的业务，希望这块业务本身带来营收的同时，也通过安全咨询类服务带动产品和解决方案的销售。</p> <p>28、公司在金融行业除上网行为管理之外销售较多的产品？</p> <p>除了传统优势的 VPN、上网行为管理等产品外，目前应用交付、下一代防火墙、企业级无线、超融合等产品在金融行业均在努力推广中。但金融行业确实是之前业务开展不好的行业。</p> <p>29、公司 EDR 产品推出后市场整体反馈如何？</p> <p>和防火墙、安全态势感知等形成联动，可以有效构成整体安全解决方案，且在解决勒索病毒方面有独到之处，市场整体反馈不错。</p> <p>30、公司去年态势感知的销售情况？</p> <p>主要销售群体为客户为大企业和政府客户，因为基数小，增长率看起来还不错。</p> <p>31、深信服未来三年的愿景？</p> <p>做各行各业用户数字化转型的 IT 基石，用户在 IT 基础设施建设过程中想到的第一品牌就是深信服。</p>
附件清单(如有)	
日期	2019 年 5 月 11 日

