

证券代码：000034

证券简称：神州数码

神州数码集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20180926

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（ <u>电话会议</u> ）
参与单位名称 及人员姓名	广发证券、南方基金、招商基金、工银瑞信等机构的代表
时间	2018年9月26日 20:00-21:00
形式	电话会议
上市公司接待 人员姓名	神州数码集团董事长兼总裁郭为等公司管理层
投资者关系 活动 主要内容介绍	<p>广发证券主持人：感谢各位投资者参加今天的会议，今天会有请神州数码郭总等管理层对启行教育的交易以及公司的整体战略做一个简短的说明。</p> <p>一、公司管理层简要介绍：</p> <p>感谢广发证券主持和投资人的参会。</p> <p>1.此次重大资产重组未获通过：今天证监会发布了公告，此次并购没有成功。我们与启行团队一年来全力推进交易，但结果有点遗憾。</p> <p>2.收购启行的背景：虽然交易没有成功，我们还是希望跟投资者解释下为什么要做教育行业。神州数码从诞生开始起名就是数字化中国，希望用数字化为各个行业赋能，为国家复兴贡献公司的力量。我们从代理产品到提供 IT 服务到今天的云服务，是一个业务升级的过程。在这个过程中，我们是跟很多行业互为生态，特别是教育。我们有 3000 多家合作伙伴。通过 IT 技术服务教育行业，我们在合作过程中感受到需要对教育行业进行深耕。另外，我们在教育行业有自主可控的产品，在多家大学做校园网，</p>

个别还有运营校园网的业务。我们在教育行业是有很大的投入的。我们非常喜欢启行教育这个标的，启行有很好的职业经理人团队，以黄娴为首的管理团队有着丰富的从业经验，能够帮助我们推动数字技术在教育行业的落地，提升我们云业务在教育行业的深度发展。伴随着消费升级，教育是很重要的方向。我们未来进入教育行业的决心是没有改变的。IT 会成为教育非常重要的一部分，教育会成为云最重要的战场之一，未来新的教育方式、教育场景都将和云、大数据结合在一起。

3. 整体并购战略：我们的并购战略是以投资换时间，一般业务的培育和发展需要 7-8 年的时间才能成型，投资可以缩短这个时间。我们去年完成的云角并购，就是典型的以投资换时间。云角并购完成后的半年内，我们就完成了云角的整合，把公司所有云业务及资源整合在一起，在满足市场监管的前提下，对云角团队充分授权，推动公司整体云业务加速发展。9 月 12 日我们在上海举办了企业数字化转型战略大会，向业界和投资人展示了我们在云业务上的决心、信心和能力。我们对神州数码在数字化转型方面充满了信心。

作为一家以数字中国为使命的公司，我们将一如既往地运用新的技术赋能各个行业，推动企业数字化转型的进程。

二、公司管理层与投资人进行了问答交流，主要内容如下：

1、投资是为了争取时间，本次交易没有成功，我们后期会采取什么措施。公司的云和服务方案未来两三年会具体集中在哪个领域？

答：无论资本市场处于什么样的状况，公司总有机会找到合适的并购标的。我们业务的发展也不会完全依赖并购，公司可以自己做布局，寻找到合适的领军人物可以很好地带动业务的发展。

神州数码的核心是云计算，未来客户主要是两类，一个是数字化转型领军公司，比如汽车、零售等世界 500 强企业；另一个就是有重点落地的行业如教育行业，教育行业拥有大量中小企业，行业有巨大的发展潜力，我们会按照以上思路坚定地推进公司云业务的发展。

2、公司去年云收入基数不大，但是增速是非常快的，我们跟传统的云产业链，IaaS, PaaS, SaaS 是不一样，我们是云咨询和云管理服务，管理层能否对云布局做一个整体的介绍？

回答：随着云计算产业的发展，客户需要更多基于云资源提供专业云服务的第三方供应商。第一，客户需要基于多云的服务，为云服务商提供了极大的发展空间；第二，多云架构需要管理、运维、咨询等服务，神州数码拥有企业全生命周期云服务的能力；第三，任何云资源厂商都不会提供包罗万象的服务，客户需要增值服务，这就是我们最大的价值。我们云服务中 ISV 的部分，跟原先软件开发有相似之处，不同的是我们的开发环境是基于云架构的，这对服务商是有较高的技术能力要求。我们是云产业中最接近客户的，为客户提供全方位的云服务。今天全球数字化转型的领军企业，不论宝马、奔驰、宝洁、欧莱雅等都需要强大的云服务商做贴身服

	<p>务。未来，云服务市场潜力巨大。</p> <p>3、我们公司业务的定位，北美是否有可以对标的公司？国内云计算市场整体的发展情况和用户习惯跟北美有差距，我们要如何变化才能缩小跟北美的差距？</p> <p>回答：很多竞争对手提供较为单一的云业务，而我们是提供云转售+MSP+ISV的全生命周期云服务。在MSP领域有一些创业公司是我们的竞争对手，但是能提供MSP+ISV服务的就非常少，再加上云转售及云牌照资源，能提供以上全方位、全生命周期云服务的提供商就非常少了。</p> <p>实际业务过程中，我们目前服务的客户都是数字化转型的先锋，汽车、零售领域的数字化先锋企业。根据IDC的报告，云业务服务和资源市场规模的比例是4:1的，即如果客户买1块钱的云资源，会有4块钱的云服务需求。需求包括上云的技术需求，迁移、运维还有客户数字化转型的应用，PaaS层以上的开发，赋能的融入。非IT企业客户的数字化转型是这些公司上云的核心动力，但是他们技术能力不够，因为云的输出是相对标准化的，但是客户的需求是定制化的。所以在过程中我们会遇到一些跨国咨询公司，他们是从咨询往下做，而我们是从事技术服务往上走。</p> <p>4、公司拥有巨大的传统分销业务渠道资源，推动云过程中，怎么利用这个优势呢，是否有激励措施？客户有补贴吗？</p> <p>答：看我们的中报，云业务分成三类：云转售、MSP及ISV。我们传统的部门是云转售业务非常大的来源，中报收入80%左右是云资源转售，几乎都是来自全公司的推动，如同漏斗一样，有了转售业务，自然带来MSP服务需求，随着企业数字化转型的深入推进会带来更多的ISV业务机会。全公司的销售部门都是漏斗的入口，是业务的导向。</p> <p>今天公司全员向云转型，每个业务团队20-30%的核心KPI都是云收入，带来云业务机会的个人和团队都会有奖励。这个激励是持续性的，任务会逐年增加，已经制定了未来详尽的激励计划。</p> <p>云资源转售方面有一定给客户的补贴，但这些补贴主要来自于云资源厂商。</p> <p>5、公司未来聚焦在数字化转型，如果后面做并购，会专注哪些方面，偏内容还是做云角这类技术性的公司，海外标的是否会考虑？</p> <p>答：并购方向始终是技术+行业。并购云角，我们获得MSP+ISV的技术能力，未来ISV业务有很大的市场空间，人工智能、物联网、大数据等高新技术在云架构下的应用场景非常广泛，我们会重点关注这一领域的标的。当然海外市场合适标的我们也会考虑。而且我们还是深耕行业的，会考虑各种各样的方式。</p>
<p>按附件清单 (如有)</p>	

日期	2018年9月26日
----	------------