

福建福昕软件开发股份有限公司

投资者关系活动记录表

(2023年11月)

股票简称：福昕软件

股票代码：688095

编号：2023-009

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他(请文字说明)
参与投资者名称	1、参与公司业绩说明会的广大投资者 2、建信基金管理有限责任公司等
时间	2023年11月20日
地点	1、上海证券交易所上证路演中心(网址： http://roadshow.sseinfo.com/) 2、通讯会议
公司接待人员姓名	1、董事长、总裁：熊雨前先生 董事会秘书、财务负责人：李蔚岚女士 独立董事：林涵先生 2、董事会秘书、财务负责人：李蔚岚女士
投资者关系活动主要内容介绍	一、2023年第三季度业绩说明会 公司于2023年11月20日11:00-12:00以网络文字互动方式在上海证券交易所上证路演中心(网址： http://roadshow.sseinfo.com/)召开了2023年第三季度业绩说明会，涉及投资者提问如下： Q1、请问公司竞争优势主要有哪些？今年三季度整体营收是否达到预期？四季度是否有分红计划和派息政策？ 答：尊敬的投资者：您好！（1）公司系全球PDF行业中为数不多拥有完全自主知识产权和PDF核心技术体系的PDF解决方案提供商，公司的核心技术被谷歌、Amazon、DELL等国际巨头所使用。随着AI技术的发展，公司较业内主要竞争对手领先集成AIGC技术。此外，在产品价格上也较主要竞争对手更具高性价比。（2）

公司自 2022 年下半年启动加速订阅转型和渠道转型的战略，转型过渡期间，受订阅转型单价较永久授权低和订阅系分期确认收入的双重影响，公司营业收入增速有所放缓。2023 年前三季度，公司实现营收 44,251.89 万元，较去年同期增长 3.67%，剔除外币汇率波动对收入的影响约 4.48%后，同比下降约 0.81%。尽管收入增速放缓，但订阅转型进展良好。今年前三季度，公司实现订阅收入 1.48 亿元，占营业收入比例为 33.36%，较去年期末 21%的占比有明显提升；订阅 ARR 金额为 2.13 亿元，较去年期末增长 53%。（3）公司如有权益分派计划，将通过上海证券交易所官方网站及时履行信息披露义务。感谢您的关注！

Q2、您好！请问应收账款较去年同期增长约 30%的原因是什么？主要来自于什么业务？在公司业务转订阅的情况下，增长的原因是什么？

答：尊敬的投资者，您好：本期应收账款增加主要系渠道转型和汇率波动导致。感谢您的关注！

二、特定对象调研

Q1、未来 AIPC 领域的发展会为公司带来哪些可能的机遇？

答：基于 AIPC 的硬件升级可能会带动新一轮的换机潮，并推动软件的迭代。目前，公司最大的渠道商为 DELL，其以随售的方式销售我们的 PDF 编辑器产品，所以我们在 DELL 的产品销售量在一定程度上取决于其 PC 的出货量。如果用户对 AIPC 的需求量增加并带动 DELL 的 PC 出货量，我们在 DELL 的产品订单量以及通过 DELL 带来的收入规模预计可能会有所提升。

Q2、公司在 AIGC 方面的人员和硬件方面的投入情况？

答：在人员方面，公司除了通过招聘新增配备若干 AI 研发人员，也通过合理的人力资源整合和调配，从现有研发团队中抽调合适的人员。在硬件投入方面，公司并未进行大模型的训练，因此不存在大量硬件 GPU 投放的需求。

Q3、公司是否有计划借助 AIGC 功能拓展对标 Adobe 创意云的业务？

答：目前公司的 PDF 编辑器产品集成 AIGC 技术后可实现的与 PDF 文档的交互功能主要集中于文字部分。但除了文字部分，PDF 格式还可以承载表格、图形图像、音频、视频等丰富内容，比如在图像处理方面，我们的产品具有很好地支持 3D 图纸等的特性，助力我们在专业客户领域也积累了一定优势。基于 PDF 可承载内容

的多样性，公司在未来长期发展过程中，也会探索多模态多领域的业务，敬请投资者持续关注公司的产品动态。

Q4、Adobe 的捆绑销售模式对公司开拓市场产生的障碍有哪些？

答：Adobe 的组合销售模式并不能满足客户特定和独立的 PDF 使用需求。对于部分只有 PDF 采购需求的客户而言，仍然需要单独采购。我们会在销售过程中给予客户更多的自主选择权，同时也在丰富公司的产品朝全家桶模式演进，为客户提供更多样的产品功能。

Q5、目前公司的产品在市面上与竞争对手相比有哪些优势？

答：在 PDF 2B 的细分领域中，拥有完全自主知识产权和完整 PDF 核心技术体系的厂商寥寥无几。很多 PDF 编辑器产品系基于开源代码进行的二次开发，可实现的功能较为基础。公司致力于 PDF 解决方案超过二十载，积累了丰富的 PDF 核心技术。多年来，我们在技术上持续更新打磨，产品日臻完善，致力为用户提供更为专业的 PDF 解决方案。以 OCR 功能为例，其主要为提取图片文字，倘若有其他复杂的信息或格式叠加识别时，文件需要经过多层转换，因此可能会产生数据丢失的情况。我们公司的产品在直接提取方面有一定优势，准确度也相对更高。

Q6、公司为什么选择在去年下半年进行订阅化转型？

答：在主要竞争对手进行订阅转型时期，公司采取的以永久授权为主的差异化战略为公司赢得了部分客户。随着业内主要厂商完成订阅转型后，经过较长时间的市场教育，客户已经逐渐接受并适应订阅模式，且做好了相关订阅的预算。基于软件订阅已比较成熟且具有良好客户接受度的基础上，为顺应市场的发展变化，公司于去年下半年正式启动加速订阅转型，并通过产品的云化转型来根本上带动业务模式的转型。经过一年多的推进，现订阅转型已取得良好的进展。

Q7、公司是否考虑每年都对产品价格进行调整，是否考虑对 AI 助手功能进行收费？

答：产品价格的调整取决于市场环境以及产品的更新迭代情况。目前我们并没有单独对海外版 PDF 编辑器产品的 AI 助手功能进行单独收费，而是将 AI 助手作为编辑器产品的功能之一，进行有次数限制的免费使用。我们会持续丰富 AI 助手功能，同时结合用户的使用情况考虑是否收费以及如何收费。目前市场上已有的主流收费模式有两种：以微软为代表的直接加价模式和以 Adobe 为代表的根据使用量进行

	<p>收费。我们如有收费，也会参照市场对这两种收费方式的接受程度以及自身客户的使用情况再进行合理定价。</p> <p>Q8、公司的渠道销售拓展模式有哪些？</p> <p>答：公司产品主要面向的是 B 端客户，因此并未采取渠道引流的拓展模式，广告投放也是以品牌宣传为主。在渠道建设方面，公司积极在渠道商中孵化公司的产品推广团队，同时针对渠道团队进行培训，以帮助渠道针对特定人群定向推广公司的产品。</p> <p>Q9、公司在全球各地的团队部署情况是什么样的？</p> <p>答：公司在全球主要区域市场均有部署人员，其中美国以销售团队为主。欧洲区域在德国、爱尔兰、马其顿、斯洛伐克都有部署相应人员。在亚洲市场的日本和印度，公司设有子公司。其他区域市场则主要以代理商为主。</p> <p>Q10、公司有无针对剩余募集资金的规划？</p> <p>答：公司持续开发行业生态，深入垂直领域，但总体发展策略较为谨慎。目前，公司主要产品线的发展对现金的消耗较小，围绕智能文档解决方案等方面的产业布局正在有序进行中，敬请投资者持续关注。</p>
附件清单（如有）	无