

福建福昕软件开发股份有限公司

投资者关系活动记录表

(2025年3月)

股票简称：福昕软件

股票代码：688095

编号：2025-001

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 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	天风证券股份有限公司、信达证券股份有限公司、民生证券股份有限公司、中信建投证券股份有限公司、中国国际金融股份有限公司、易方达基金管理有限公司、嘉实基金管理有限公司、博道基金管理有限公司、国联基金管理有限公司、南华基金管理有限公司、新华基金管理股份有限公司、磐厚动量(上海)资本管理有限公司等
时间	2025年3月6日 15:30-17:00
地点	通讯会议
公司接待人员姓名	董事长、总裁：熊雨前先生 副总裁：George Zhendong Gao 先生 财务负责人、董事会秘书：李蔚岚女士 通办信息创始人、董事长：郭大勇先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、董事长致辞</p> <p>2024年国际形势错综多变，全球依旧在竞争、合作与冲突中向前发展。福昕软件作为一家全球化运营的公司为应对这复杂的形势，做了很多的思考与准备。我们的运营分拆也取得了实质性的进展，目前我们将全球业务分为中国业务与国际业务，从战略、人员、数据、产品和知识产权等多方面都进行了分拆，以应对潜在的地缘政治风险，提高公司的抗风险能力。</p> <p>在国际业务战略上，福昕仍将在 PDF 编辑器、SDK 等系列产品上不断投入研发和市场销售资源，通过订阅和渠道的友好模式，提高市场占有率和收入体量；通过产品智能化和客户体验改善，提高客户黏性。</p> <p>在中国业务战略上，公司计划打造一横多纵战略，围绕横向以版式文档技术为中心打造技术领先型平台，并纵深进入政务、医疗和供应链等业务壁</p>

垒高且与底层文档类技术应用密切相关的高价值业务领域。公司今年收购了上海通办信息，进军智慧政务领域，也是公司执行该战略的体现。

人工智能在过去的一年里飞速发展，在此浪潮中，公司对 AI 的投入也是持续而坚定的。根据海外第三方机构的评选显示，公司 PDF 编辑器产品中的 AI 助手在性能和性价比方面均处在领先地位；智能文档解决方案项目也取得了实质性进展，在政法领域、供应链及审计等领域都已有行业试用客户，为公司产品的商业化奠定了基础。

二、公司情况更新

（一）2024 年经营情况回顾

2024 年对福昕软件而言是一个逐步兑现转型成果的年份，自 2022 年 7 月公司定下了双转型目标，受到订阅转型收入确认方式的变化，公司的营业收入增长在 22 年、23 年受到了很大的影响，公司管理层也是顶住了各种压力坚定地执行公司战略。

1、业绩情况

2024 年，公司营业收入增速呈现明显增长，恢复至转型前的收入增速。但是这个数字仅仅反映了双转型的部分成果，商业模式的变化为公司的收入质量带来了更大的提升，为公司未来的发展奠定了更加坚实的基础。

公司扣除非经常损益后的净利润仍有较大亏损，主要由于公司经营策略的调整和政策的变化，导致部分已收购公司的商誉预计需要计提减值准备。若扣除商誉减值准备后的公司扣非后净亏损约 1 亿元，去年同期计提了约 4,800 万元的商誉减值准备，同比同口径的亏损收窄了约 20%。公司收入的提升，对于公司减亏有重要的作用，后续公司也将不断聚焦，集中资源至公司的核心产品，不断提升公司利润水平。

同时，公司净利润在 24 年实现转正，主要由几笔大额的非经常性收益形成：收购福昕鲲鹏时，公司收购前已持有的股权根据公允价值重估后的增值部分计入了投资收益约 1.03 亿元；21 年收购 Accountsight 的最后一期或有对价预计不再需要支付，计入营业外收入约 0.36 亿元；闲置资金理财收益等。

2、双转型进展

（1）订阅转型

订阅转型方面，公司订阅转型稳步推进，全年预计实现年度订阅收入占营业收入比例约 49%，较上年同期的订阅收入占比提升约 14 个百分点，Q3 和 Q4 单季度订阅收入占比均超过 50%。截至 2024 年末，公司预计实现 ARR

4.13 亿元，较上年期末增长 1.63 亿元，增长率约为 65%，超额完成了年初设定的增长目标 1.4 亿元。

（2）渠道转型

渠道转型方面，公司来自渠道的收入占营业收入比例约 40%，较上年同期提升约 6 个百分点。Dell 渠道 Q3 因 PC 出货量下滑及其内部取消居家办公导致部分销售人员离职影响了公司在其渠道的产品收入。随着其销售人员的补足和培训，Q4 有所恢复。若剔除 Dell 单渠道的收入，公司其他的渠道收入实现了明显增长。

3、区域表现

在欧美区域，公司推出了全新 PDF 编辑器订阅计划，区分 PDF Editor 和 PDF Editor+ 两个版本，为用户的购买决策进行减负，优化购买选项和购买流程。在 AI 赋能方面，海外 AI 助手功能持续迭代升级，新增 Smart Commands、多文档交互等功能，促进订阅转型。24 年末，公司完成了对 iDox.ai 的分拆，支持部分项目独立运营。同时，公司对更多的新兴市场进行了开拓，例如在中东等区域市场增长迅速。

在亚太市场，公司大力开拓渠道合作，成果显著，渠道商数量大幅增加。据不完全统计，2024 年，公司在 APAC 区域共拓展超 100 家原与 Adobe 合作的渠道商。

在中国市场，公司积极布局垂类市场，通过一横多纵战略拓展市场，为未来发展持续蓄力。其中：智能文档解决方案（IDP）发布内测版本，已建立在政法、供应链、审计等行业的标杆试用客户。同时，公司收购了福昕鲲鹏和通办信息，并在 24 年完成了对福昕鲲鹏的整合。

4、AI 赋能

公司于 2024 年 9 月推出海外版 AI 助手的订阅计划，在定价上维持较主要竞争对手的性价比优势。10 月，福昕 IDP 发布内测版本，核心功能涵盖 IDP DAC（PDF 内容分析与转换）、IDP SDE（结构化数据提取）和 IDP KBM（知识库管理）。12 月，公司正式发布基于百度文心大模型的国内版 AI 助手功能。

2025 年伊始，伴随着 AI 大模型以及 AI 应用的快速迭代与升级，公司亦在 AI 领域探索新的可能。公司在海外推出 Foxit AI 产品，用户可以直接通过浏览器访问该产品，实现了无需额外购买 PDF 编辑器亦能体验公司 AI 助手功能。另一方面，公司国内版 AI 助手在第一时间接入了 DeepSeek 大模型，

公司亦将继续关注各类模型的发展和变革,并将积极探索与开发合适的产品。

(二) 2025 年的发展战略与规划

1、福昕国际：渠道、订阅、AI 驱动、转型

(1) “渠道” 优先系福昕国际持续增长的基石：

①更强的品牌影响力与有效的线索生成。通过专注于渠道合作伙伴及其客户的营销，我们显著提升了品牌知名度，提高了市场线索的转化效率。

②加快交易达成。在许多地区，渠道合作伙伴凭借其深厚的客户关系，帮助我们更快地达成交易。这使得福昕能够专注于提升产品和用户体验，同时受益于他们的市场拓展能力。

③赢得优质渠道合作伙伴。越来越多原本与竞争对手合作的渠道伙伴正在转向福昕，因为我们更易合作，同时可为合作伙伴提供更高的利润空间。

④构建可扩展的业务模式。我们的渠道伙伴的成功意味着福昕的增长。随着越来越多的合作伙伴依赖福昕作为其主要收入来源，我们的业务模式变得更加可扩展。

⑤降低客户关系维护成本

依托渠道伙伴帮助我们管理客户关系，比维持庞大的直销团队更加高效和具成本效益。

(2) “订阅” 优先仍旧是福昕国际的增长动力：

①ARR（年度经常性收入）增长健康稳定。订阅业务的扩展，使得福昕的年度经常性收入（ARR）稳步增长，增强了公司的长期收入稳定性。

②渠道驱动的订阅模式转型。我们积极与渠道伙伴合作，将客户从永久授权模式转化为订阅模式。这一转型在多个地区被广泛接受。

③目前福昕超过一半的业务已转向订阅模式，我们相信 2025 年的订阅转换率将继续提高，进一步增强公司的经常性收入模式，为后续的跳跃性发展奠定基础。

(3) AI 驱动创新是福昕的核心竞争力

创新是科技公司可持续发展的引擎，福昕致力于引领 AI 驱动文档解决方案变革。

①AI 优先的产品战略。我们相信 AI 将重塑文档处理行业，福昕致力于走在行业创新的前沿。

②领先将 AI 集成至 PDF 编辑工具的企业。公司领先业内主要竞争对手将 AI 集成至 PDF 编辑器，这一先发优势将帮助我们在未来产品路线中

保持创新领先。

③AI 作为市场差异化竞争力。AI 驱动的功能将使福昕的产品更智能、更高效、对用户更友好，进一步强化我们的市场竞争力。

(4) 蜕变的关键转型年，我们将完成以下变革：

①全面向 SaaS 模式转型

目前福昕的大部分业务已基于订阅模式，但我们将进一步优化客户体验，打造完整的软件即服务（SaaS）模式。

②建立以客户为中心的企业文化

在订阅模式下，客户满意度比以往任何时候都更重要。因此，整个公司都需要以客户为中心，确保用户留存率和忠诚度。

③推动销售和渠道合作伙伴的增长

稳定的客户群是基础，但获取新客户和新机会才是超越主要竞争对手的关键。渠道合作伙伴过去为我们带来了大量机会，未来的增长潜力更大。

④打造更加精简高效的组织架构

为支持转型，我们将采用初创企业的敏捷思维，确保用户体验和渠道合作伙伴体验的最佳化。同时，我们将扁平化管理架构，加快决策效率，提升执行力。

2、福昕中国：融合、聚焦、体验、节用

(1) 融合

最近这几年，福昕中国无论从组织架构还是战略规划方面都发生了比较大的变化，既有内部新孵化的项目，也通过对外投资和外延并购增加了新的并表实体。因此，未来的融合变得非常重要，我们需要将不同经营实体及合资企业的新项目、新技术等融合在一起，使得公司在激烈的市场竞争中高筑壁垒，占据有利地位。

(2) 聚焦

上市后，公司在国内市场进行了系列探索和布局，逐步确立了“一横多纵”的战略。但我们在纵向领域的探索是要聚焦发展公司真正有核心优势，能够形成成熟产品或服务，而且有标杆客户的领域，从而确保有效的商业化拓展。

(3) 体验

随着公司转型为 SaaS 模式的服务型组织，优化用户、客户和合作伙伴与公司销售、产品等人员接洽的“体验”是衡量公司服务能力的关键所在。公

司希望赋能无论是前台还是后台的人员，提供更好的服务。

（4）节用

公司规划维持或进一步降低成本，以实现成本效益的最大化。福昕中国将在完成前述其他战略目标的前提下，尽可能地控制费用，助力公司实现尽快扭亏为盈的目标。

三、通办信息相关介绍

（一）基于需求侧的政务服务

党的十八大以来，党中央、国务院从推进国家治理体系和治理能力现代化全局出发对加快数字政府建设、优化政务服务工作作出了一系列重要部署，数字政府建设成为基本国策。这也是我们国家治理能力和治理体系现代化的重要举措和必经之路。从 2016 年《“互联网+政务服务”技术体系建设指南》（国办函【2016】108 号）发布开始，一直到 2024 年《关于进一步优化政务服务提升行政效能推动“高效办成一件事”的指导意见》（国发【2024】3 号）推出，期间几乎每年都有相关的政策文件发布，从党和国家层面不断推动着“互联网+政务服务”的建设，要求政务服务的模式由原来单纯的线下大厅办事，转变为运用互联网大数据以及结合人工智能等系列新技术从而形成的线上线下相结合的形式。

国办函【2016】108 号文规划构建国、省、市、区、街道、村六级的政务服务体系，即“1 国家级+32 省级+N 地市级”的全国性政务服务体系，以期服务所有人群，服务所有企业。因此在各个层级的政务服务都有相应的投入和建设。

（二）通办信息的成立背景

2018 年，上海市在全国两会上首先提出“一网通办”理念。同年 4 月份，上海市大数据中心成立。2018 年 10 月，通办信息于上海成立，并逐渐清晰定位企业为“数字政府”的 AI 技术应用与内容服务提供商，以期利用 AI 等新技术为用户生产、提供、运营优质的个性化、精准化、主动化、智能化的需求侧政务内容，并持续提供全方位“贴身服务”。

通办信息自成立开始，即专注探索与分析政务服务模式从线下办事转变为互联网线上服务的区别与痛点，经过广泛调研发现从用户需求侧的角度存在两个最重要的痛点：1、不知道事情怎么办；2、不知道提交的材料对不对。在办事的环节，用户希望操作便于理解，以及办事材料能够少填、少报、少跑，希望办事的过程好办，容易办及能够高效办成。以商业互联网的体验形

容，就是希望在政府办事能够像网购一样方便。

基于对前述痛点的梳理，通办信息在“互联网+政务服务”的政策推出初始就全程参与了建设。自“一网通办”提出的后续几年里，公司深度伴随着中国“一网通办”改革的发展而成长，并作为需求侧智能化政务服务产品和服务的创新厂商和领先厂商一直在伴随着中国政务服务的发展。

通办信息的使命是引领政务服务行业进步，推动数字政府的发展进程。公司愿景是希望实现公共服务的普惠化，向人们提供易懂好用，随手可得政务服务。

（三）通办信息的主要产品

到政府办事贯穿着每个公民和企业的生命周期，通办信息所提供的需求侧产品正是面向公民与企业两类对象，为用户提供个性、精准、主动、智能的专属服务。

目前，通办信息有四大产品直接面向需求侧的广大用户，包括：

1、智能客服和政务知识库产品：在 AI 大模型时代，构建了整个政务知识工程体系和智能体。通过更好应用底层大模型的一些能力，提供用户能够回答专业政务服务问题的 AI 能力。

2、AI 智办产品：即基于“高效办成一件事”的政策理念，从需求侧的角度，将原来办理一件事可能需要涉及多个部门和多项手续依次办理的复杂业务场景简化为通过系统填一张表格，提交一套材料即可一个流程完成。同时，通办信息提供智能材料预审，现已经形成 4400 多类材料的智能预审模型。通过在申报端由基于人工智能的机器先行预审，可极大减少申报端和后续审批端的工作量，大幅提升用户办事和政府审批的效率。

3、用户专属空间：提供政府为个人用户、企业用户推送的个性、精准、主动、智能的政务服务渠道；

4、一码通：系依托于专属空间的“一人/企/物一档”能力，构建“多码合一、码上服务”，通过政府给每个公民和企业提供身份标识码，用于进行线上线下融合的服务，着力打造“一码通行、一码就医、一码通办、一码检查”等的服务模式，切实提高居民、企业的生活便利性。

政务服务发展的过程中，政府亦在积极拥抱各项新技术，同时政务服务从业务到数据，有一个业务数据化和数据业务化的过程。为了更好支撑这些服务，政务智能服务中枢产品非常有必要。基于此，通办信息亦推出智能化政务服务统一业务运营中台和 AI 智能服务中枢，近年随着各地智慧政府的

打造，该产品的收入增长迅速。

基于前述核心的六大技术产品，近年来，通办信息也在积极适应各地政府于一些具体小模块的需求，从而延伸出来了系列子产品。公司把产品标准化、模块化，方便拆分组合适应各级政府在不同使用场景下的具体需求。

（四）通办信息未来的发展

通办信息的成立正逢国家在持续加码进行“互联网+政务服务”建设。在“一网通办”、“高效办成一件事”等政策推出后，通办信息即持续负责上海在此方面的创新型、智能化业务，并成功打造了良好的标杆效应，在用户需求侧的智慧政务领域占据了先发优势。

近两年来，随着人工智能技术的快速发展，政务服务更是进入了智能化时代。未来，需求侧的政务服务业务流程将再造升级，现有系统会持续迭代，以期展现更高水平和更高质量。后续，通办信息将协同福昕软件实现在各自技术、产品及渠道上的彼此赋能，规划将通办信息智能材料预审模型能力集成至福昕 PDF、OFD 与智能文档解决方案产品中，实现各行业 PDF 和 OCR 等能力的增值化服务等事项。通办信息有信心依托福昕更大的平台把在上海的成功模式向全国各级政府推广并提供长期持续的服务。

四、问答环节

Q1、基于海内外市场的表现以及对通办信息的收购，公司对于 2025 年的财务指引如何？

答：在费用方面，福昕中国将继续进行严格把控，坚定贯彻战略关键词“节用”，严格执行预算控制。福昕国际同样如此，作为公司订阅转型的核心区域市场，现订阅收入占比已过半，未来的发展明确以 ARR 增长为导向，尤其以新增 ARR 作为重点目标，并对应倾斜销售资源和渠道资源的分配。基于此，福昕国际已对销售政策进行了相应调整，维持存量 ARR 的销售佣金会明显降低，而新增 ARR 将获得更多奖励。同时，公司将秉承福昕中国的另一战略关键词“聚焦”，对新项目的投入会严格控制，公司会视其商业化前景来规划暂停或分拆部分项目，降低投资。

在收入方面，公司规划原有业务在今年的收入增幅不低于去年的增长水平。费用端，公司希望支出的增长幅度能明显降低，从而实现减亏，甚至扭亏为盈。

Q2、如何实现公司现有业务以及核心技术与通办信息之间的有效协同？

答：（1）产品服务协同：通办信息的核心业务与公司的版式文档技术应

用高度相关。用户需求侧的政务服务工作面向广大公民和企业，将涉及用户对大量智能表单的填写和以 PDF 格式为主的材料的提交。然而，目前大量系统都更擅长数据处理，但在文档处理方面的能力却都较为薄弱和有限。需求侧的政务服务对于智能文档处理能力有着天然的深度需求。福昕在版式文档行业深耕 20 余年，有雄厚的版式文档技术储备以及全球实践经验，公司亦积累了长期的智能文档处理核心技术，尤其是通过大模型实现的文档内容深度处理技术，将能够与通办信息的核心业务紧密协同，深度赋能电子政务的数字化和智能化，打造出 1+1>2 的协同效应。

(2) 市场渠道协同：公司通过福昕鲲鹏切入信创市场，在当前政策层面的大力支持下，该市场对于公司拓展国内业务至关重要。但是，单纯通过销售版式文档产品所获得的收入依然相对有限。并表通办信息后，通过与通办信息共同探索政务服务市场。

(3) 资本协同：当前，数字政务服务仍处在高速发展的过程中，市场空间较大。未来，公司计划通过有效整合资源和提供资金支持，与通办信息共同进行市场开拓。

Q3、公司于 2 月接入 DeepSeek 大模型，应用情况如何？业务方面是否实现效率提升？另外，公司已经推出针对海外版 AI 助手的订阅计划，是否有针对国内 AI 助手的收费计划？

答：DeepSeek 的发布标志着基础大模型的迭代升级，公司将继续密切关注大模型的进展。公司的智能文档处理应用需要使用基础大模型，但并不完全只是依赖对其的使用。不同大模型有不同的特点，从公司产品策略出发，公司的核心目标是确保公司的产品能够广泛支持各类技术和模型，而不仅仅是依赖单一的 AI 模型。

当前，AI 助手的应用场景属于入门级应用场景，主要集中在消费级领域，并非公司未来发展的重点。公司对于 AI 助手功能的定位是丰富公司全家桶产品的功能和服务，助力提升用户体验。针对国内版 AI 助手，公司后续也将推出单独收费计划，但定位依然是提高产品的附加价值，而不期望其带来大量收入。公司的目标群体仍然是企业级客户。

Q4、在大渠道拓展方面有何进展？

答：过去两年，公司渠道方面的建设主要聚焦于分销商的拓展，公司也已经与海外主流分销商展开合作。未来，公司将更关注在代理商层级的开拓与推广，为拓新打下更好的基础。目前，我们关注到主要竞争对手在进行一

些代理商层级或代理商合作的调整，导致一些代理商在寻找新的合作伙伴，给了我们拓新渠道很好的机会。同时，公司在渠道内进行品牌建设，效果明显，越来越多渠道认识福昕、认可福昕，选择与公司进行合作。

Q5、对信创市场的预期？公司未来在这块市场有什么规划？

答：在完成对福昕鲲鹏的收购后，公司积极开展整合工作，通过优化资源配置和调整经营策略，实现了成本的大幅降低。2025年，公司对福昕鲲鹏的表现有比较高的预期，主要原因系：（1）公司与福昕鲲鹏已完成技术层面的整合，实现同时支持 PDF 和 OFD 格式。未来，公司产品的功能也将同时支持这两种格式。因此，在产品力方面预计将有明显提升；（2）信创政策的落地备受期待，尤其是第三期信创替代的推进，将为通用版式文档产品的市场拓展带来机遇。

在电子政务领域，相关部门也有将现有系统替换为信创系统的需求，这也将带来新的项目机会。当前，公司在中国市场主要提供的是供给侧产品，相信通过与通办的有效协同，能够将技术和产品呈现给更多需求侧的用户。

Q6、AI 助手渗透率以及用户规模大概是什么情况？

答：AI 助手收费贡献的收入仍然较小，但公司海外版 AI 助手功能的使用量和点击量呈现出持续增长的趋势。公司始终将 AI 助手功能定位为提升产品价值，吸引更多用户购买全家桶产品的重要抓手。在与 Dell 的合作中，AI 赋能的重要性也得到了充分体现，公司为 Dell 用户提供了一款集成 AI 能力的永久授权版的 PDF 编辑器产品。未来，公司将继续探索 AI 领域的创新，通过 AI 赋能形成与竞争对手的差异化优势。

附件清单（如有）	无
----------	---