

长亮科技专注银行IT 信用卡系统放量增长

长亮科技是高科技行业里的一个传统企业,所处行业特性决定了业绩不会像现在新兴行业如互联网行业那样爆发式增长。公司需要持续不断地在银行IT领域内投入,市场才能越做越大。

证券时报记者 张奇

长亮科技是高科技行业里的传统企业,不期望像互联网行业那样爆发式增长,我们需要的是稳健持续的增长过程。”在近日深交所组织的“走进上市公司”活动中,长亮科技600348董事长王长春多次向来访的媒体、券商和投资者强调。

王长春表示,公司作为最熟悉中国的银行IT专家”,全部的收入都来自银行。银行客户相对稳定且黏性大。因此,我们走的是和银行一起成长壮大的模式。”

专注银行IT

在长亮科技官方网站上,公司自称“最熟悉中国的银行IT专家”。

作为一家高新软件技术企业,长亮科技办公区布局显得精致合理,记者在现场看到几十位程序员在紧张地忙碌。

公司董事长王长春介绍:长亮科技2012年总收入中约90%,都来自于自有知识产权软件的销售和维护服务。但软件是看不见摸不着的,相对于很多企业可以参观生产线、可以看看实在在产品,大家在长亮科技可能就看不到。”

为了更好地向投资者介绍公司的产品,长亮科技研发中心部门经理莫庆华向投资者演示了公司产品的运作模式,让投资者更直观地了解了长亮科技的软件产品。

据介绍,长亮科技主营是做支撑商业银行的IT系统,即商业银行上游的装备制造业。“大家取款的时候看到的是ATM机(自动取款机),其实ATM机是个设备,取款并不是在ATM机上管理,而是在其后面的银行核心业务系统即账务系统上进行管理。”王长春介绍,各家银行最核心的账务系统,正是长亮科技的主营业务,该业务约占到公司营业收入的50%以上。

根据IDC(国际数据公司)预计,从未趋势看,银行行业的IT投入从2011年到2015年复合增长率将在20%左右。据悉,2012年,长亮科技新增客户11家,客户总数达到78家。

银行客户相对稳定,并且银行管理非常重视安全,公司的产品一旦供应给某家银行,不会轻易被更换,因此银行客户的黏性很大。”王长春强调。

记者了解到,长亮科技业务目前主要有三大特点:首先是专做银行,到现在为止公司所有的营收均来自银行;其次,公司只卖自己的、具有知识产权的产品;最后,公司不卖“人”——销售过程中很多银行表示不单独想买公司的产品,更想“买”公司团队。但公司认为,这样利润率比较低,没有附加值,而且也产生不了知识产权。

不会爆发式增长

长亮科技2012年业绩报表显示,2012年营业收入和净利润增速都出现放缓的迹象。

根据2012年年报,公司去年实现销售收入1.65亿元,同比增长15.79%;实现净利润4290.32万元,同比增长16.84%;同时预计2013年第一季度盈利947万元~1136万元,同比增长0~20%。

对此,王长春解释称,公司是高科技行业里的一个传统企业,需要持续不断地在一个领域内投入,市场才能越做越大。去年长亮科技研发投入达到约2000万元,2013年研发投入还将再加大,因为公司需要追赶与国际巨头之间的差距。

王长春称,业绩略低于市场预期,

费用增速过高是主要原因。2012年,公司管理费用和销售费用增速分别达到27.2%和52.2%,远超收入增速。首先,员工人数大幅增加,增幅达到43%;其次,研发投入占收入比重大幅增加;最后,上市的相关费用达到733.39万元。

王长春认为,虽然处于高科技领域,但其实公司是家传统企业。因此,公司所处行业特性决定了业绩不会像现在新兴行业如互联网行业那样爆炸式增长。另外,这个行业是技术积累非常深厚的,需要每年紧跟行业最新技术做各种积累。

年报显示,公司软件开发毛利率下降3.2%,但占公司营收比例上升4.5%,使公司整体毛利率上升1.0%。王长春解释称,公司的主要客户商业银行议价能力强,使得公司各项业务毛利率有下滑趋势,特别是核心业务系统毛利率逐年下降。王长春开玩笑地说,其实公司并不想上市,因为上市后毛利率水平更加透明,客户会继续加强价格控制,公司软件开发业务毛利率受到压缩。但随着公司系统集成类业务占比逐步降低,产品结构变化,公司整体毛利率反而有可能继续上升。

王长春还特别介绍了长亮科技成长中的一个特点,就是一向坚持与客户共同成长。2003年长亮科技首次跟恒丰银行合作,当时公司的营业收入是1800万元,恒丰银行的资产总额是300亿元,恒丰银行跟公司签订的合同是87万元;到了2012年,双方已经合作十年,长亮科技的营收是1.65亿元,恒丰银行2012年给公司的合同额是1900万元,恒丰银行这时的资产规模已达到4000亿元。

基本上公司的每家客户都是这样,随着他们的规模的扩大,双方的合同金额也跟随增长。”王长春说。

信用卡业务高速增长

长亮科技软件开发业务共8类子业务,公司2012年年报显示,信用卡营收同比增长76.6%,渠道管理类同比增长188.9%,是公司2012年主要的开拓方向。

王长春介绍称,由于信用卡业务西方的开发较早,包括VISA、MASCARD标准都是由欧美国家制定的。从中国自有知识产权来看,在前几年中国人确实没有能力自己做信用卡系统。此前,银行的信用卡系统都是国外进口,一套信用卡系统至少要上亿元人民币,甚至有的达到十几亿元人民币,非常昂贵。

不过,从2009年开始,长亮科技率先在国内打破了技术垄断。公司趁着西方金融危机,引进相关人才开始自己研发。王长春认为,这一块业务,预计未来的国内需求非常大。据悉,前两年长亮科技信用卡业务都超过100%的增长。

相比信用卡等高速增长的业务,长亮科技其他6类细分业务营收增速并不理想,其中占公司收入52.2%的核心业务系统类,增速仅19.5%,增速同比下滑6.1个百分点,而商业智能类增速仅8.5%,信贷操作、客户关系管理、网络银行等业务收入也出现了下滑。

对于上述业务下滑,业内分析师认为,主要由于商业银行2012年下半年开始受宏观经济和政策调控影响,银行对IT系统的投资开始放缓,那么专做银行IT的企业受到影响较大。

在此次投资者见面会现场,王长春还透露,公司去年开始研发小额贷款产品,包括小额金融卡。公司认为,对小微贷这一块产品,银行未来的使用前景非常大。



董事长王长春

参观办公区

长亮科技获得的部分奖项

投资者交流活动现场

长亮科技前台

研发区

张奇/摄 张常春/制图

长亮科技技术人员人数占比逾八成

证券时报记者 张奇

我们的主要精力就是在研发、在技术进步。公司从人员构成来看,销售只占了6%,后勤和管理占7%,剩下80%多都是技术。”长亮科技(600348)董事长王长春的一席话道出了公司的发展思路。

在长亮科技的财务报表中,也充分体现了这一思路。2012年,长亮科技引进30多位高端人才,加强研发投入;同时招聘毕业生100多人,进行了较大规模的人才培养与储备。按照公司年报披露,2013年公司人员规模计划突破700人,预计公司2013年费用率仍将上升。

财务费用的提升,无疑压制了公司利润水平的提高,也拖累了公司净利润的增长速度。2012年,公司净利润增幅仅为16.8%。

据王长春介绍,随着公司规模的扩张,竞争对手已经改变。比如公司的核心业务系统,之前的竞争对手是一些国内的公司,现在的对手是IBM、甲骨文这样的国际巨头。这也进一步提高了对公司的技术要求,促使公司加大研发投入。

刚开始的时候大家可能会觉得你笨,整天做技术,还不如去忽悠一下卖点钱。但是从长远来看,价值早晚要回归,通过积累,慢慢的技术就脱颖而出。其实软件行业是一个投入性行业,

你要持续地投入,持续地进步,然后再获取市场。”王长春说。

IDC(国际数据公司)报告显示,2011年长亮科技在银行IT解决方案的市场份额排行第14,仅处于行业中游水平。

要想快速提高公司市场份额,成为行业的领导者,就需要公司技术优势领先,销售及人才充足。为此,在人才储备上,公司近年来一直在通过自我培养以及引进人才的方式在加紧储备。”王长春介绍说。

据悉,上市前,人员和资金规模是限制长亮科技快速发展的主要障碍。如今,作为第一只在A股上市后的银行IT解决方案公司,长亮科技上市后快速增加人员,加强研发。业内人士

普遍认为,如果公司募投项目JAVA版核心业务系统能在全国性股份制银行取得突破,则公司市场地位有望大幅提高。

当然,随着人才储备的增加,随之而来便是公司短期费用率的急剧攀升,公司短期业绩的增长也面临压力。

王长春表示,作为高科技的企业,未来真正的竞争还是研发的竞争、投入的竞争。如果人才培养和研发投入能够合理的给企业递延摊销的过程,企业就可能发展得更健康一些、更快一些。公司总体是一个成长比较稳健和温和的公司,会很好的平衡加大投入和利润增长之间的关系。”他说。

长亮科技产品战略:保持在第一梯队

证券时报记者 张奇

在此次走进上市公司活动中,长亮科技深圳总部会议室挤满了前来调研的投资者,并对公司现行经营状况以及未来的发展战略踊跃提问。长亮科技(600348)董事长王长春、研发中心总经理肖映辉、董秘徐亚丽等高管详细解答了投资者的疑问。

投资者:目前在银行IT市场上,长亮科技占有率是多少?

王长春:其实,这个问题主要包括收入的占有率和主要产品客户使用的占有率两方面。首先,中国的银行在IT方面投入达到上万亿规模,公司才不到两个亿的收入,这个占比是非常小的。但从它的核心产品占有率来看,目前公司在15%~20%之间,排行业第一。预计这个占有率还会逐步提高。

投资者:软件类企业毛利率一般较高,像用友软件(600588)的毛利率大概能达到85%,从行业看,公司毛利率情况如何?

王长春:公司软件开发方面毛利率是68%左右,今年跟去年变化不大。

实际上我们和用友软件在细分里面是两大类的公司,用友软件属于装机软件公司,它提供的是装机类的软件,营销费用可能比较高,毛利也较高。

长亮科技属于高端定制类软件,像是量身定做的西服。量身定做一方面经济收入比较高,但对品质有比较高要求的。就国外来看,高端定制类软件的增幅远远高于装机类软件。总体看,公司历年综合毛利保持在60%~70%之间,在本行业里算比较高的。

投资者:公司的客户主要是区域性、地方性居多,开发异地客户肯定会有区域性的营销壁垒。如果要控制这一块的营销费用,公司的管理策略和方式是怎样的?

王长春:从战略来看,公司会有两类模式控制营销费用,第一类就是营销体系,公司目前从部门设置上已经本地化,分为东南西北四个大区,每个大区下面还会有办事处,这样来解决

营销的本地化和成本控制问题;第二类是公司的技术服务,公司目前在全国有十几个服务中心,公司600多员工分布在各个中心。

投资者:公司业务和商业银行联系非常紧密,公司是否有计划在大型国有银行业务上有所突破?

王长春:公司的核心业务是针对国内商业银行,未来的发展重点当然是与大型国有银行合作。从整体趋势看,国内市场历来是国际品牌占高端、国产品牌占中低端,但未来趋势是,低端的在往上走,高端的也将走下神坛。

投资者:在客户分类业务方面,公司的重点在哪一块?未来是否考虑过向村镇银行开发业务?

王长春:公司的技术体系来看,一类产品的营销策略是往大银行走,另一类产品会以小银行为主。因为大银行利润低、小银行利润高,公司会在重心处理上

有一个均衡。公司始终没有把村镇银行作为重点,未来村镇银行的成长空间虽然较大,现阶段公司认为时机还不合适。因为,50万一套的软件在公司的产品线上属于较低端,但对于村镇银行来说,50万一套算是较高的花费。

投资者:未来三到五年公司产品的设想,是带领银行发展,还是被银行推动公司去给它开发新产品?公司的产品战略是怎样的?

王长春:因为这个产业非常大,而且银行是强势机构,单个公司难以去引领行业的发展方向。不过,从未趋势看,所有的新产品肯定是和银行一起推,这样风险会比较小。

长亮科技长期做银行IT,产品战略是每一次新产品推出的时期,公司都跑在前面。我们不一定是第一,但肯定在第一梯队。如果公司每个产品领域都跑在前面,那么综合实力就将很强。