

证券代码： 002230

证券简称：科大讯飞

科大讯飞股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20180424

<p>投资者关系活 动类别</p>	<p><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 checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>其他</p>
<p>参与单位名称 及人员姓名</p>	<p>银华基金梅思寒、广发乾和袁雪锋、安信证券李京洋、方正证券宋光年、光大证券卫书根、勤益投资韩华、华创证券陈宝健、长城证券杨焯、冀勇庆、李雪薇、刘学友、赵玉洁、嘉实基金王鑫晨、国信证券黄净、艾亿新融张夕瑶、长兴投资王兴元、大牛踏燕王冬、安信证券赵树云、信达证券边铁城、毛登基、中创资本杨志茂、朱岳、华阳国际余刘民、安信证券于棚土、信达证券袁海宇、臧风辉、申港证券孙晗、第一创业证券曹淑君、太平洋证券王文龙、国信证券高耀华、中信证券卞晨语、瞰瞻资产程睿智、天时开元曹勇、京港伟业投资孔志强、中金公司张景松、盛盈资本刘思源、中金资管 冯达、中信证券 杨泽原、山西证券刘宾、国泰君安李沐华、海富通于晨阳、国泰君安李隆真、江信基金王伟、渤海证券王洪磊、天九投资熊瑛、伍刚刚、杨健、嘉鑫、张明杰、中金公司卢婷、马宁、魏志好、拙扑投资张建峰、张栋、胡嘉怡、邓富新、兴业证券蒋佳霖、王绍慰、乐正资本田啸、刘珂敦、伍刚刚、申万宏源王谋、凌通盛泰吕星、华泰证券郭雅丽、方德正投李佳、始丰投资蒋攀、众拓投资郭晓华、黄晗、长盛基金孟棋、嘉实基金苗飞、混沌投资丘舒啸、方正证券王建辉、嘉实基金王保国、东方证券邵进明、建银国际邱琳、JP Morgan Asset 严柏宇</p>

时间	2018.04.24
地点	北京市海淀区西北旺东路 10 号院东区中关村互联网创新中心南楼 1 楼
上市公司接待人员姓名	董事会秘书/副总裁江涛
投资者关系活动主要内容介绍	<p>投资者参观了公司人工智能体验厅；公司董事会秘书/副总裁江涛先生介绍了科大讯飞 2018 年一季度发展情况，并与投资者进行面对面交流，回答了有关提问。</p> <p>本活动记录根据“讯飞听见”会议系统实时转写的结果整理。</p> <p>一、董事会秘书江涛先生就投资者对一季报关心问题的集中答复</p> <p>大家下午好，昨天我们发布了科大讯飞 2018 年一季报，得到大家高度关注。从去年年初起，我定下一个规则，每次定期报告发布后，就召开投资者交流会，回答大家关于科大讯飞定期报告中的各方面问题。相信公司越阳光、透明，越有利于大家对科大讯飞的理解。</p> <p>在回答大家的问题之前，我先花一点时间就投资者关注的一季报进行解读。首先回顾一下近几年来科大讯飞董事会给我们经营班子定的三大重点任务：首先是产业规模要快速增长，具体体现在销售收入毛利方面继续保持快速的增长。其次，科大讯飞作为一个源头技术创新公司，核心技术必须要保持全球领先。最后，用户规模要快速增长。2015 年 3 月 16 日第三届董事会第十次会议提出“公司要实现快速且可持续发展，要始终保持核心技术领先，不单纯以利润增长作为发展指标，要通过用户增长、销售规模增长进行考量”。2017 年 1 月 10 日第四届董事会第一次会议再次强调“面对人工智能产业爆发的关键窗口期，科大讯飞有</p>

必要加大投入构筑人工智能技术和应用的长期壁垒，从而把握人工智能时代的产业机会”。

2018年第一季度我们的三大任务完成的如何？大家从昨晚一季报中就能看到：一季度科大讯飞经营规模继续保持快速增长，营收同比增长 63.25%，毛利同比增长 60.63%，新增毛利 2.53 亿，净利润同比增长 8199 万，同比增长 10%。近几年的营收和毛利保持了快速增长的势头。

但同时，我们也看到大家比较关心的科大讯飞“增收未增利”问题。这几年科大讯飞面对人工智能窗口期持续加大研发和市场布局投入。具体的一个体现是科大讯飞人员的增加，今年第一季度相比于 2017 年一季度增加了 3000 人。在当前人工智能产业大热的情况下，几千人的人力成本，大家比较容易算出来，这确实一定程度上影响了当期利润，Q1 扣非后的净利润同比下降了 46.34%。此外，科大讯飞本身的收入结构具有一定的季节性，目前讯飞 toB 的收入占到 70% 多。大家也可以看到，去年、前年的情况也差不多，第三、第四季度收入占全年的大头。这一点从 2017 年的扣非后净利润也能看出来，去年上半年，处于大投入阶段，同比扣非后的净利润下降 10%，但是到年底增长了 40%，这是由于我们现在收入还是以 toB 为主带来的一定程度上的影响。换个角度来说，怎么看这个问题？新招的员工要付工资，培训上岗后才开始开发产品，而这些开发的应用代码要真正变成净增收入还需要有一段时间，但是在这个过程中，该支付的人力成本都得支付，所以一定时间内会形成这种当期经营利润压力。当然，在全年我们有信心继续保持利润的稳定增长。这是关于三大任务中的第一项。

另外大家对科大讯飞的核心技术能否保持全球领先特别关心。人工智能领域，语音识别、人脸识别等等这些感知智能相对来说其理论框架比较成熟，应用也正在逐步落地；认知智能应该

说是当前最大的挑战，或者说最大的机遇。什么是认知智能？机器像人一样，能够阅读理解、逻辑推理、分析归纳，支持人类很多脑力劳动，这就是一种认知过程。首个认知智能国家重点实验室就落在科大讯飞，从 2014 年讯飞超脑项目对外正式发布开始，科大讯飞连续几年在认知智能领域加大投入，取得了一系列成果。

今年一季度，科大讯飞在两个国际顶级比赛中再次证明了的实力，一个是 SQuAD，这是由斯坦福大学发起的机器阅读理解领域的国际顶级赛事，微软、IBM、google、亚马逊和 Facebook 等国际主要的人工智能巨头都参加了。过去几年，微软在这个领域处于全球很领先的地位。从去年起，科大讯飞和微软在名次交错上升，一直处于全球领先地位。微软的沈向阳也在一些会议上说：认知智能是人工智能下一步皇冠上的明珠，谁如果在认知智能领先，就有可能在人工智能的竞争中处于领先地位。所以微软对认知智能无比重视。

科大讯飞在今年一季度再次刷新了全球记录，在一些比赛中，让机器阅读各种文章，读完后回答关于这篇文章的各种问题，我们在一些指标上已经达到了人类的水平。这不是一个简单的技术秀，在教育、医疗、司法等很多脑力劳动密集型行业，机器阅读理解有非常大的应用价值：能读懂各种各样的文献，在海量的文献中归纳出有价值的东西来，它能解决很多场景下的实实在在的问题。

还有一个更聚焦于常识推理的阅读理解比赛叫做语义评测比赛，科大讯飞今年 2 月份也拿到了全球第一。另外在认知智能的理解力方面，去年 8 月份，科大讯飞在 LUNA，就是肺结节检测领域最权威的国际评测比赛中刷新了全球记录，并在随后把肺部 CT 和乳腺癌的医疗影像技术投入到全国第一个上线的智慧医院的实际应用中，且在这些应用中不断地迭代数据。2018 年 Q1，

科大讯飞继肺部 CT 影像和乳腺癌诊断取得国际领先成果并率先投入实用的基础上，又在视网膜医疗影像理解领域中取得国际领先。2018 年 3 月，医学影像领域的国际顶级会议 The IEEE International Symposium on Biomedical Imaging (ISBI) 举办的糖尿病视网膜病变分割与分级挑战赛 (IDRiD) 公布成绩。科大讯飞本次参加了其中关注度最高，也最能体现机器辅助医生诊断能力的“病灶分割”子项目。取得了 MA 分割任务第一名，其余三项任务前三名的佳绩。准确检测出视网膜病灶，特别是微动脉瘤 (MA)，对糖网病的早期诊断与治疗具有重要的意义。现在中国癌症中发病最高的是肺癌，女性癌症发病率最高的是乳腺癌，大家手机看得越来越多，眼部的疾病也越来越多，这些都是医疗领域的热点，科大讯飞再次证明了我们在核心技术领域的创新能力。

我们第三大重点任务：用户规模保持快速增长。刚过去的一季度，累计终端数继续保持了快速增长，讯飞开放平台第三方创业团队一个季度从 51.8 万增长到了 67 万，增长势头明显，上线的应用数也快速增长，尤其是 AI 大学，是国内第一个独创的人工智能开放大学，在去年 10 月 24 号，全球开发者节正式上线。半年时间，已经有 8 万多名实名注册学员，为依托开放平台、培育开发者生态，打下了很好的基础，我们有信心今年内把整个科大讯飞 AI 大学学员的规模推进到四五十万，涵盖到中国大多数的智能开发者。

刚才介绍了讯飞一季度在三大重点任务方面取得的一些进展。在业务层面，科大讯飞的业务战略是“平台+赛道”。所谓“平台”，就是把科大讯飞相关核心技术开放给整个产业、所有的开发者，让他们在讯飞的平台上做自己擅长的应用，即“成就开发者”；同时让掌握核心技术的科学家，把他们的技术也放到我们的平台上，让更多的开发者用到它，同时开发者也会贡献给

科学家更多的数据，从而形成一个良性迭代，进而保持整个生态的快速增长。

“赛道”方面：首先，现在最大的赛道还是教育，它的整个产业应用规模在业界发展良好，相关产品也在不断成熟。讯飞教育产品覆盖教学核心场景，如在上课场景中使用的“智慧课堂”，辅助个性化学习场景的“智学网”，契合考试场景需求的“智慧考试”系列产品。智慧校园是面向新中高考走班排课、生涯规划等场景需求的，近年来活跃度持续上升，并且产品在很多实际应用场景中不断打磨，得到了众多老师、学生的认可。这里特别要提及的是，随着新中高考改革、英语听说教学改革的实施，科大讯飞在其间也起到了一定的推动作用。比如近日教育部和国家语委共同发布了《中国英语能力等级量表》，教育部考试中心正着手研发英语能力等级考试，在教育部考试中心与科大讯飞联合实验室中，国家英语能力等级考试作为新合作项目，期间的很多研究成果都将被深度应用起来，让孩子们面向实际应用场景、面向沟通去学好英语。另外，新中高考改革带来的“走班排课”模式，给教学管理增加了很多困难。我们的产品在人大附中里应用以后，极大地帮助他们提升了排课效率。这类需求是很实际的，新中高考改革带来的这种人工智能的应用需求，都有利于科大讯飞相关产品的推广落地。刚才同事演示了我们智学网的大数据精准教学。通过扫描或者拍照等手段，将传统学习与大数据、人工智能对接起来，把孩子的学习数据收集起来，然后用人工智能分析学习过程，找到薄弱环节，给予精准辅导。在现在深度应用该产品的学校里，每个孩子的作业都不一样，大大减少了无效的作业时间，孩子有了时间去锻炼、去看课外书，也进而减少了他们的焦虑感，还帮助孩子提升了学习成绩。我们团队觉得做这样的事情特别自豪、有成就感，是切实为素质教育做出贡献的。

另外一个人工智能的典型应用场景“司法”，也属于脑力劳

动密集型的行业。法官或律师要查办案子之前，需要查阅大量的卷宗文书。科大讯飞的人工智能辅助办案系统作为业界唯一案例在上海试点成功，得到主管部门认可。1月22日全国政法工作会议，郭声琨书记明确表示“上海和贵州要完善证据标准和软件功能，各地要应用好上海已开发的软件，避免重复建设，另起炉灶”。认知智能的发展对未来法治中国的建设意义很大，很多领导将其看成是法治中国最重要的技术保障，因为可以减少人为的随意判断。是怎么做到的？其核心就是让基于认知智能技术的机器，读懂大量的卷宗，然后从中间提取出相关信息，进行分析、比较、推理、判断。任何一个案件都有厚厚的卷宗，法官读完要花很多时间，现在将这些卷宗交给机器来读，它会把相关的关键信息提取出来；有些案件涉及到法条，要从各种法律文书中查找，对于办案人员是一个很大的考验，在这些工作方面，人工智能都可以帮助办案人员极大地提高效率。

另外一个人工智能落地的行业就是“医疗”。医疗是典型的凝聚着大量的知识与经验的行业。过去这个行业由于数字化程度比较低，相对人工智能的整个应用进程来说，医疗没有走得特别靠前。科大讯飞从去年下半年起加快了人工智能辅助诊疗的应用步伐。今年3月2号，讯飞的“智医助理”在合肥市庐阳区的社区医院开始正式上岗，在医生问诊的过程中，“智医助理”根据医生和患者之间的问询自动生成病历，并在病历的旁边列出相似诊断和医学指南供医生参考，在具体的诊疗过程中提高医生的效率。智医助理上线时已经可以对150多种常见病提供诊断意见，通过不断加强学习，现在已经能支持200多种常见病的辅助诊断。另外它还可以帮助家庭医生。家庭医生有一项任务，就是对于慢性病进行随访，通过人工智能辅助医疗系统，能够极大地提升慢性病随访效率。机器自动呼出去，跟病人沟通，收集相关的信息。科大讯飞人工智能应用最重要的意义之一，是帮助解决中国医疗资源不均衡的问题，四五线城市的县级医院、乡镇医院和

各种基层社区医院，医生的水平经验相对薄弱，对人工智能辅助诊断的需求相对就很大。这是真正的、实实在在解决中国医疗资源不均衡问题的非常有效的出路。当然，它的商业模式现在还在试点阶段。去年年底的年报中，很多投资者朋友也问，为什么医疗没有单列？虽然医疗在科大讯飞已经是一个单独的事业部，但现在还没形成规模收入。医疗涉及到每个人的生命和健康，未来预计是千亿量级，值得长期的投入和培养。

一季度的另一个亮点是讯飞翻译机。前段时间博鳌论坛主办方通过严格的技术选型，选择了科大讯飞的翻译机，作为官方指定翻译机，论坛期间，访问量达两万多次，得到了广大参会人员以及工作人员的好评。4月20日，讯飞翻译机2.0在北京正式发布。短短三天，京东平台预定量超过一万台，预售额已突破3500万，可以看出广大用户对于翻译机有明确的市场需求。讯飞翻译机2.0的翻译语种扩展到33个，包括俄语在内，今年去世界杯的朋友们可以带上讯飞翻译机了。很多用户买翻译机是给老人使用，出国旅游或者是子女在国外生活，但老人往往普通话也不标准。讯飞输入法是全球唯一支持22种方言的输入法，现在我们把方言也加入到讯飞翻译机中，目前第一期上线的，包括粤语、四川话、东北话、河南话四种方言。这样的话，即使老人不会说普通话，也可以用讯飞翻译机与外国人交流。当然还有拍照翻译功能，对于菜单、路牌等信息，拍下就能给出翻译。

在国外论坛期间，很多投资者朋友问询科大讯飞为什么不去做人工智能同传？在此也顺便答复。人工智能在当前技术条件下能不能取代同传？其实去年6月份，讯飞在很多场合已经反复给大家说明不要去过度神化人工智能。当前的技术条件下，人工智能取代同传是不可能的。同传的水平，除了翻译以外，还需要高度的理解和概括等要求，这是短时间内的人工智能技术达不到的。虽然我们的翻译技术在持续迭代，现在达到大学六级水平，

并向英语专八水平发展，也在扩展越来越多的语种，但还是需要时间的。

另外一个投资者朋友问得多的问题是中美贸易战，尤其是最近的升级，对中兴的封杀，对讯飞有没有什么影响？很明确的告诉大家，对科大讯飞的影响是很有限的。首先科大讯飞本着开放合作的态度，与全球一线的芯片厂商都有着深度的合作。前年我们与英特尔签署了战略合作协议，在 FPGA 上做深度对接；去年我们与英伟达又形成了很好的战略合作；今年年初庆峰董事长率讯飞高管团队拜访，英伟达的董事长亲自出面，进行了很好的沟通和对接。除了与国际一线厂商的合作以外，我们与国内芯片厂商也有非常密切的沟通，包括一些新兴的技术厂商，比如寒武纪科技，讯飞也是它的天使投资方。任正非在 2012 年就提到，华为为什么要做终端操作系统？他说一定要尽量使用国外的好东西，不管是芯片还是操作系统，但同时也要有战略备份，一旦被卡脖子的时候，不会断粮，有备份的东西能够顶上。另外中美贸易战我们相信是有利好的，这会促使国家进一步加大源头技术的发展、对源头技术厂商的支持力度，会推动人工智能在教育、医疗、司法等越来越多领域的应用落地。当然，从资本层面来说，这次中美贸易战肯定会对很多传统产业带来压力，无论是金融产业还是汽车产业都会形成一定的压力，有一部分投资会进入新兴产业，从这个层面来说，对讯飞的估值也是有好处的。

还有一个大家比较关心的问题，无论国外的 IT 巨头，还是国内的包括 BAT 在内的科技巨头都不断加大在人工智能领域的投入，如何看待人工智能核心技术领域的激烈竞争？科大讯飞虽然是人工智能开放创新四大平台之一，但我们的体量跟 BAT 相比还差得很远，我们保持核心技术领先的底气从哪来？首先要谈一下研究和工程的差别，比如一个软件工程如果需要耗时一千人月，那么一个十个人的团队，需要耗时一百个月，如果是一千人

的团队，一个月就能完成，这是工程层面的现状；但是研究层面是不一样的，它不是简单投入人力就可以做成的。比如，战场宽度为一公里的话，只能投入一个团，如果投入一个集团军，就只能把剩余的部队排在后面。因为人工智能面很宽，科大讯飞还是聚焦相关的领域，在最主要的核心研究领域，我们的投入强度是足够的。我们有一支世界一流的研究团队，这些研究团队的科学家们在合肥都已经安居乐业、财务自由，他们在科大讯飞做着热爱的事业，觉得在这里很有成就感，所以我们很有信心。另外，人工智能领域的研究非常关键的是专家知识和经验。在当前重点发力的几个行业赛道包括教育、医疗、司法等等，我们都已和行业顶级的研究机构成立了联合实验室，具备强大的专家资源的整合能力。第三点就是数据，我们在这些重点方向已经形成了实实在在的应用，无论是教育、司法还是医疗，这些应用场景下不断扩大的数据规模，形成了从研究到产品到应用到数据的闭环迭代。人工智能改变世界的三个关键要素。不光是核心技术，还要看有没有足够多的行业应用数据形成闭环，有没有足够多的行业专家支持。应该说科大讯飞在人工智能核心技术的优势，我们相信不是简单地堆钱可以超越的，我们对保持技术领先充满信心。

总的来说，2018年我们还是继续这三条：核心技术保持全球领先、收入毛利保持快速增长、用户规模快速增长，尤其是重点行业、赛道的用户规模快速增长。我们在战略方向上投入将毫不手软。谢谢大家。

二、互动交流环节

问：江总你好！有两个问题请教一下。第一是讯飞输入法有几个亿的用户，巨大的流量如何变现？是否考虑做搜索或是浏览器？第二个问题是关于医疗方面的，我们怎么定位？智医助理目前是否在全国试点？在安徽什么时候开始？

答：您的第一个问题，讯飞输入法这几年为科大讯飞形成行业口碑，为获取实际应用中的语音数据训练数据都起到了很大的帮助。它的商业化其实也已经在做了，这几年科大讯飞收入项目中有一块是互联网运营，虽然不多，输入法上适当做了一些开屏广告、插件下载等商业化运营。当然讯飞输入法作为公司一个基础性的业务，它不是一个盈利项目。至于延伸到搜索和浏览器，我们经研究否决了。总的来说，输入法方面的投入是可控的，它给我们带来的综合价值包括品牌、数据价值，所以输入法还是继续投入状态，但不会无限制做各种广告，做各种大规模投资。我们会在费用可控的情况下继续做这个产品。

第二个关于智医助理，它最大的价值还是在于基层医生。去年我们的智医助理参加了国家临床执业医师资格综合笔试的测试，在 53 万考生中考到了前 5% 的位置。这里有一个数据跟大家分享，中国有 800 万医生，拿到了医师资格证证才 200 多万，其实比例并不高，真正需要智医助理的还是金字塔的下半部分，因为平时看的病例少，或者说对应的医学领域的经验有限。我们围绕社区的刚需，这块是最大的市场，当然面向三甲医院我们也有对应的产品，有不同层次的产品搭配。我个人最看好的还是智医助理，将来在中国每个地市、每个县、每个乡镇的医院都会推动应用，这是一个巨大的市场。当然具体商业模式要有一个探索的过程，我相信这个探索是值得的。

问：刚才讲一季度新招了大概 3000 多人，这些人中技术岗占比多少？如何分配的？另外关于讯飞开放平台，就下游来看，哪些领域增速比较快？

答：我们刚才披露的数据是 2018 年第一季度相比 17 年一季度同比增加了 3000 人，不是 18 年一季度增加了 3000 人。这中间覆盖各个环节，最大的一块是应用系统。科大讯飞的人员结构大体如下：研究院大概有 1000 人，这个平台的研究人员不属于

具体的业务部门；在研究院下面是研发中心，将近 3000 人，都是工程师，他们做的是通用技术开发。研发中心是一个资源池，再往下是对应的各个业务部门。科大讯飞有 4 个事业群，3 个事业部，总共 7 个业务板块，这些事业群和事业部的区别是体量的差别，大的叫事业群，比如教育事业群；小的像医疗、智能汽车、还有智能服务叫事业部。他们有自己的产品和研发人员。此外，还有一部分是一线市场人员，科大讯飞去年一年市场人员增加很快，我们在全国现在已经有几百人，形成了覆盖全国基本每个省的销售网络和本地化服务网络，我们内部称之为“货架”。将来我们各个事业部、事业群的产品放到货架以后，就由这些落地的销售和服务体系来销售。

第二个问题关于人工智能开放平台上面哪些是热点应用，从现在的后台数据来看，占比最大的还是手机上的应用开发，毕竟手机现在是最大的平台。除此之外从智能硬件领域来说，机器人、智能家居比如智能音箱还有穿戴设备这几个热点增长的势头比较快。我们判断未来几年，整个产业会面临一次大的洗牌的机会。随着交互技术、5G 等等的相关环境的逐步成熟，会有一轮大的机会，到时候可能会有更多的新的东西出来。

问：讯飞以前的教育主要是以底层研发为主，主要的业务单元不少是收购的，我想请问这些这些子公司是采取协同的模式还是各自为政的模式；有哪些措施来增大协同的力度？讯飞前段时间举行了“讯飞听你说”活动，希望以后能够经常开展，并且面向家长、学生和更多的人，让讯飞真正成为客户导向型的公司。

答：收购短期内会改善报表，但是如果收购后的整合没做好，一定时间就会显现出来。科大讯飞在这方面是非常慎重的。我们在过去几年所做的收购，每一桩都是我们具体的业务部门在发展过程中提出的需求。比如说我们收购的讯飞启明。广东是我国第一个在高考中引入口语考试的，这个考试平台就是广东启明做

的。讯飞是全球唯一一个口语评测超过真人水平的，后来我们双方通过合作沟通，发现大家能够很好地认可彼此，然后促成了我们的合作。通过收购，我们快速完成了形成一个专注考试相关系统部门的过程。科大讯飞相关的核心技术注入以后，形成了独一无二的壁垒。这些部门绝对不是各自为战，一定是在整个科大讯飞的框架下把底层数据打通，相互之间内容资源要共享，相互支撑，形成整体的战斗力。我可以很自豪的说，科大讯飞在这一点上是业界中做的比较好的，不会出现收购完不好好管理运营这项业务的情况。

问： 请问公司营收和利润同步增长的拐点在什么时候能出现？

答： 这还要取决于整个产业发展和对战略时机的把握。科大讯飞当前利润的基数还比较小，如果科大讯飞不多招 3000 人，只多招 1000 人，就会有相当可观的利润增幅。但这个过程得要动态把握，不是说死在某个点上，我一定要挤出多少利润，对于讯飞的长期发展来说，当前这个窗口该投入的还是要敢于投入。有一点特别明确，在全年维度上，我们肯定会确保整个运营平稳增长。具体的时间要取决于业务发展、市场布局、应用开发、技术服务等各环节。现在应该说还是处在投入期。

问： 想请问一下一季度报中各赛道的具体单独收入情况？以及各赛道人员投入的情况？第二个问题，您如何看待就是说 BAT 回归可能会对于科大讯飞成了一个冲击的情况。

答： 一季报不单独披露各个 BG、BU 的收入情况。人员情况如下：讯飞当前最大的 BG 是教育 BG，相关的人员有两千多人，研发中心有一部分动态资源也归教育 BG 调用；政法 BG 已经有 800 多人；消费者 BG 和智慧城市 BG 都各有 1000 人左右，以上是四大事业群；三大事业部：智能服务事业部，它的核心是做呼

叫中心的智能服务系统的，几百人的规模；智能汽车事业部做车载的智能交互，这是几百人，智慧医疗事业部，也是小几百人的规模，基本上跟它的体量和盈利水平是基本匹配的。这中间教育、医疗是超前投入的，我们这一段时间都是在投入期。

国外上市的 IT 企业回归 A 股我觉得对科大讯飞而言，从分流资本层面或者说作为科技人工智能企业来说，现在在 A 股中确实没有能与讯飞差不多的企业，从这一点来说，这些企业回归以后肯定在一定程度上会分流资金，但是我觉得最关键的核心点还是这些企业，大多数都是做消费者服务的，或者和消费者相关的产品，我们自己有一个判断，这轮人工智能的应用，尤其是认知智能的应用，首先的落脚点一定是行业应用，教育、医疗、司法这些行业应用在比较窄的、具体场景下，通过大量学习专家的知识经验，大量整合这个行业的数据，它是能够达到实用化水平的。这些有巨大的价值行业赛道，它是有护城河的。所以从业务层面来说，并没有特别的担心，反而是这些企业回归以后，对于整个国内人工智能的产业生态都是有好处的，无论从产业人才的培养、人才的回归还是从国家的整个产业支持力度方面看。

问：刚才您也介绍说到今年在营销端口招了不少，然后想让你给我们这个介绍一下营销这一块的具体考虑。为什 Bat 不用讯飞的语音识别？

答：科大讯飞的营销人员是这样规划的，我们营销的打法用一句话概括就是：应用下沉，重视服务。把教育、医疗、公检法这些应用，目前给我们的营销团队的，能够覆盖地市级；将来随着我们渠道的进一步建设，我们的目标是希望能够覆盖到县级，让中国每一个地市，每个县都能用上我们的产品。因为教育医疗司法这些都涉及民生的，我们不是说简单地建一个中心平台，服务全网，这在中国的模式下是走不开，必须真正形成本地的销售

和服务团队，能够做好本地的交互，做好本地的服务。

您的第二个问题：语音识别，为什么 BAT 都不用讯飞的，我觉得很正常，因为这是一个非常关键的底层的共性技术。我们也披露过统计数据，过去三年来自 BAT 的收入占科大讯飞的总收入占比大概也就千分之几，基本上可以忽略不计的，科大讯飞有自己持续能够养活自己的行业，作为一个面向消费者的基本功能现在和将来肯定都是免费的。就像讯飞的输入法，其他厂商国内国外都是免费；将来语音识别在行业内是可以挣钱的，比如说我们这套系统在中宣部、最高检，以及北京市新建的通州政府大楼内的很多会议室都在用。

问：有两个问题想向涛总请教，我们现在 C 端这一块业务也是起了一个很好的头，最近各个产品线的，包括销售研发的情况，能不能跟咱们做一个简单的介绍。第二个就是我们的收入其实是从去年二季度开始，出现了一个很大幅度的提升，到今年一季度势头还是保持住了，这块的持续性就是收入增速的持续性，您是怎么看待这个问题的？他的动力是在哪里？

答：第一个问题。科大讯飞消费者产品从去年来说，在收入中大概占 1/4 左右，今年基本维持这个势头。这个中间有哪些构成的？一方面是我们跟运营商合作的各种面向用户的互联网增值产品有很好的商业模式。另外一类就是我们开放平台形成的广告开放平台。科大讯飞去年的广告业务年增长 200%多，今年还会继续保持，并且成为我们消费者收入中很大的一个的结构。另外在智能硬件，这方面做了很多探索。最早我们跟京东成立合资公司做营销，现在科大讯飞下面的智能硬件更多的是我们重点围绕一些刚需来做。比如说当前的一个重点是翻译机，后面我们还会在适当的时候推出合适的智能硬件。但是更多的是，科大讯飞会在自己可控的状态下来运作这个事情。

第二个问题，收入增速的动力在什么地方？其实逻辑很简单，科大讯飞在教育、医疗、司法，还有智慧城市这些主赛道上，已经形成了实实在在的刚需加代差，应用样板下面最重要的任务是把它产品打磨得越来越好，让它交付成本越来越低，然后更重要的任务就是把它迅速卖出去。以教育来说，比如，智慧课堂实际在中国的中小学生占比重还是非常小，有广阔的市场在等着我们覆盖。现在这些产品是有明确的刚需，实际用了以后，对孩子的学习，对老师的减负起了很好的作用，而且跟同行能形成代差。所以这种产品最大的动力，是市场覆盖的迅速增加。司法其实也刚刚启动，医疗更不用说了，中国应该是有几十万的社区，在未来进一步的形成持续增长。动力在什么地方？刚才讲的应用样板在全国每个地市，每个乡镇的推广，足够到两三百亿的。未来进一步的动力在什么？我们叫 BtoBtoC 应用，我们在原来 toB 的商业模式基础上，随着数据的积累，随着内容资源的积累，随着算法和和这个行业领域知识的积累，可以延伸向用户的。未来司法、医疗其实都存在着非常大的运营的空间。教育，影响到每个家庭的未来；司法关系到社会的公平正义；医疗关系到每个人的健康。所以对未来，我们是有信心的。

问：我这边也有两个问题，首先，收入的增速就是说和人员之间一直增长是有一个匹配吗？以司法为例，我们招人的时候，比如说研发人员，比如人均产值的标准，这块是什么？

答：讯飞内部一个基本的标准和要求：各个事业部在扩张的时候，人均的投入产出比不能下降，确保我们既可以在重要战场加大投入，同时也不会出现大的经营亏损。当然，像医疗这些现在还处在投入期，但除了医疗其他的事业群都是盈利的，这个是有基本的要求。

问：在您看来，每个赛道重要性，从它的发展的优先性应该不同。按您的顺序来排，从贡献度或者说增长的爆发性来说，从

	<p>高到低大概是个什么样一个状态，然后未来有不确定性，肯定未来 3 到 5 年在咱们公司的规划来说，咱们业务板块的无论从收入占比或者说这个结构上来说的优先级，又会变成怎样的一番情景？消费者产品有什么计划？</p> <p>答：目前来看，教育和司法可能是增长最贡献最大的两个，3—5 年就是医疗了。消费者产品与行业赛道不一样，由于中国的消费市场竞争的特殊原因，一般来说，在消费者领域我们是做完再说。这个也请大家理解。</p> <p>问：科大讯飞从国家的层面能够得到一些特别优惠待遇吗？比方说如果 bat 加入的话，他们能够得到的跟我们会一样吗？</p> <p>答：去年国家人工智能规划颁布以后，各个部委都出台了一系列政策，但整个推动有一个过程。今年一季度公司非经常性损益中有几千万是国家的支持。未来这块还有较大的增长空间。至于 bat 能拿到多少，我们不太了解。但我认为最关键的，还是要实实在在的给用户创造价值，能不能打开市场。</p> <p>好，今天的交流就到这里，感谢大家对科大讯飞的关注和支持，只要大家对科大讯飞长期有信心，科大讯飞就一定不会让各位投资者失望。</p>
附件清单（如有）	
日期	2018. 04. 24