

证券代码：603171

证券简称：税友股份

## 税友软件集团股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2026-001

<p>投资者关系 活动类别</p>	<p><input checked="" 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 type="checkbox"/> 现场参观                                 <input type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他</p>
<p>参与单位 名称</p>	<p>博时基金；交银施罗德基金；宝盈基金；兴业基金；鹏华基金；国泰基金；阳光资产；鑫元基金；长盛基金；国泰海通资管；山证资管；华安基金；国金基金；华泰柏瑞基金；北京汇信恒宝投资；北京橡果资产；财通证券研究所；创金合信基金；东北证券研究所；东方财富证券研究所；东兴证券研究所；耕霖（上海）投资；工银国际证券研究所；光大证券研究所；广发证券研究所；广发证券研究所；国海证券研究所；国联证券研究所；国盛证券研究所；国泰海通证券研究所；国投证券研究所；国元证券研究所；杭州中大君悦投资；湖南万泰华瑞投资管理；华福证券研究所；淮海天玺投资；汇丰前海证券；开源证券研究所；美林(亚太)；南华基金；磐厚动量(上海)资本；泉果基金；山西证券研究所；山证(上海)资产；上海冲积资产；上海笃熙禀泰私募基金；上海明河投资；上海筌筌资产；上海睿郡资产；上海行知创业投资；上海煜德投资；上海长见投资；上海肇万资产；上海证券研究所；申万宏源；深圳玖稳资产；深圳奇盛基金；晨曦(深圳)私募证券投资基金；深圳市恒泽私募证券基金；深圳市红筹投资；深圳市睿德信投资；深圳市晓喆私募证券基金；四川</p>

	<p>荣州聚享智研投资；天风证券研究所；西部证券研究所；象上基金；信达证券研究所；兴业证券研究所；圆信永丰基金；长城证券研究所；长江证券研究所；招商证券研究所；浙商证券研究所；中国国际金融；中国银河证券研究所；中荷人寿保险；中金公司；中泰证券研究所；中信保诚资产管理；中信建投证券研究所；中信证券研究所；中银国际证券研究所；中邮保险资产；中邮证券研究所；珠海横琴智合远见私募基金；姚泾河私募股份投资；苏泊尔集团</p>
时间	2026年4月23日-4月24日
地点	杭州市滨江区浦沿街道西浦路1015号公司会议室
形式	现场交流、电话会议
上市公司参与接待人员	副董事长 周可仁；董事、副总经理兼财务总监 杨培丽；董事会秘书 谢国雷；亿企赢 CEO 王安笑；证券事务部 林涛
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1、公司持续深耕财税领域，在打造财税 AI 原生应用方面具备哪些独特优势？后续是否存在被通用模型厂商或者竞争对手追赶的风险？</b></p> <p><b>答：</b>公司 AI 产品能够输出准确、稳定、可靠的结果。并实现了规模化的商业落地。保障 AI 能力规模化推广依赖于三个核心要素：（1）完成了对财税领域专业知识（Know-how）的全面覆盖与知识图谱构建；（2）积累了海量且难以被复制的财税业务与咨询案例等训练语料；（3）针对具体场景进行了大量符合 Harness 框架的 AI 工程优化。</p> <p>在商业落地层面，公司拥有三大核心优势：<b>（1）客户优势：</b>拥有 815 万付费企业客户、超 5 万家机构客户，便于快速渗透市场；<b>（2）先发优势：</b>AI 原生智能体（Agent）产品已投入实际应用近 1 年，大规模应用约半年，积累了千万级别的原始任务记录，并已完成近 100 个版本的迭代；<b>（3）生态赋能优势：</b>形成了“订阅服务+AI 产品+生态赋能”三驾马车并行的商业模式，短期内同业难以复制。</p> <p>综合来看，公司所推进的 AIBM 不仅仅需要依靠 AI 产品重塑增值服务结果交付方式，更加需要构建生态，赋能行业伙伴破解增长痛点，为行业打开增长空间。公司在行业 Know-how、垂直大数据、Harness 工程三方面具备较高竞争壁垒，具备充分应对信心。</p> <p><b>2、公司在推进 AI 业务过程中积累了哪些关键经验？下游的代账机构及中小微企业对 AI 产品的反馈如何？公司对 2026 年的 AI 业务有何量化或定性目标？</b></p> <p><b>答：</b>在经验积累方面，公司的 AI 产品已深度覆盖超过 1000 家代</p>

账机构，帮助超 30 万家企业实现了票据、做账、报税等作业流程的 AI 化。市场反馈非常积极，主要体现在两方面：**（1）帮助机构财税人士实现了效率倍数级提升；（2）释放财税人士转向更高价值的业务，带来业绩增量。**例如，西安 XX 企服公司在使用 AI 开票产品后，开票人员从 6 人减少至 1 人，开票耗时从数小时缩短至几分钟，且准确率得到提升；杭州税 XX 公司在使用 AI 会计产品后，效率提升 4 倍，人力释放 50%，当月客户续费率从 30% 提升至 80%。

关于 2026 年 AI 业务规划，主要包括：**（1）持续优化 AI 开票与 AI 会计产品，支持更多行业与场景；（2）推出高阶 AI 会计产品（涵盖基础行业账、合规账、经营账），形成可持续升版的财税会员服务序列；（3）推出 AI 服务顾问，辅助顾问会计进行智能化的客户服务与经营；（4）在年底前推出完整的 AI 化客户顾问工作台。**

**3、随着 AI 产品从基础服务扩展到行业账、合规账、经营账等高阶服务，市场空间是否得到进一步拓展？公司“生态赋能+AI 产品交付”模式的增长前景如何？**

**答：**随着高价服务落地，财税服务行业市场进一步打开增长空间。以一个典型的服务 500 户企业的代账公司为例，在全面导入公司的会员服务体系后，预计在 1-2 年内可产生约 100 万元的增量收入。公司亿企赢平台致力于在未来三年内推动约 20% 合作机构伙伴（约 1 万家）完成服务升级，这将为财税服务行业带来约 100 亿元的增量市场。对亿企赢平台而言，机构伙伴的成功等于生态平台的成长，公司有望在赋能行业增长的同时实现业务持续增长。

**4、公司打造的服务标准体系有哪些具体成果？这套体系是否具备可复制性？**

**答：**公司基于标准化作业体系和高价值服务经营标杆打造，为财税服务行业输出可规模化复制的高效经营范式，目前沉淀了五大体系成果：**（1）产品服务体系；（2）作业流程体系（如前店后厂协同、岗位作业指导书）；（3）组织考核与激励体系；（4）人员培养体系；（5）新业务开拓推进方案。**目前这些成果已与行业伙伴共享。实际效果案例显示，南京联营云标杆店在导入该体系半年后，客户续费率提升了 16 个百分点，营业收入增长 12%，高价值业务配置比率达到 18%。该体系最适合服务规模在 500 户以上、并实行分岗制的代账机构全套导入。对于规模更小或更大的机构，体系中的部分内容（如产品服务体系、作业指导书等）也具有很高的借鉴和参考价值。

**5、从需求端来看，企业客户为何愿意为行业账、合规账、经营账等高价值服务支付更高费用？**

**答：**财税服务行业向高价值转型的核心矛盾并非需求不足，而是供给不足。成长型企业或高质量企业（如高新技术企业、电商等）对于行业精细化核算、合规性管理及经营分析有着客观且强烈的需求，并且支付意愿较高。例如，高新技术企业的研发费用台账核算、电商企业的多平台销售数据归集与税务管理需求都非常旺盛。过去的问题

	<p>在于，传统的服务机构难以规模化、高质量且低成本地提供这些服务。公司的 AI 产品显著提升了作业效率与准确性，同时通过赋能合作伙伴提升其获客、定价与服务标准化能力，从而降低了服务成本并保障了质量，使得这个市场得以有效运转。只要解决了供给侧的能力与成本问题，瞄准其中 10%-20% 有需求的企业客户，即可为财税服务行业打开百亿级别的增量市场空间。</p> <p><b>6、数字政务业务未来能否保持稳定增长及毛利率回升的趋势？</b></p> <p><b>答：</b>公司数字政务业务毛利率自 2024 年度至 2025 年度已经实现持续修复，后续数字政务业务毛利率预计继续提升。主要原因在于：  （1）数字政务基于 AI 驱动经营策略从“规模导向”转向“战略与效益导向”，聚焦高价值项目资源投入；（2）数字政务致力于由传统的软件研发与运维服务商向财税大模型数智服务商转型，依托“人工智能+数据服务”帮助政务领域客户实现从“管理”到“治理”的智能化升级。业务产品正在向 AI 转型，报价模式从基于人工投入（人月）转向基于结果交付，有利于公司提升盈利能力和毛利率。</p> <p><b>7、公司的财税 SaaS 业务是否针对 OPC（一人公司）提供相应服务？</b></p> <p><b>答：</b>OPC 有利于增加创新创业企业，为财税服务市场带来增量需求。目前我国约有 5000 万注册开发者，假设其中 10% 开发者选择成立 OPC，即可形成数百万规模的潜在新增企业。公司可为 OPC 公司提供涵盖工商注册、财税、金融支持等一站式服务。在 AI 产品方面，公司已具备现成的解决方案，可整合为 OPC 服务的平台。</p> <p><b>8、随着 AI 业务收入占比的提升，公司未来的商业模式和收费模式将如何演变？能否以具体案例说明，在新的会员模式下，税友与代账机构如何合作与分成？</b></p> <p><b>答：</b>AI 产品的商业模式是多样化的：（1）<b>效率提升型产品</b>（如 AI 开票、AI 会计）：主要按使用量（业务处理量）收费，消耗 AI 权益，类似于传统的 AI 服务收费模式。（2）<b>业务增长型产品</b>（与会员体系配套）：按效果付费。公司将 AI 能力深度融入帮助代账机构客户进行服务升级（例如从基础账升级为合规账、经营账）的全流程中，包括获客、沟通、转化、交付及续费，并将其包装成不同层级的会员服务。这种商业模式与客户的业务增长直接捆绑，代账机构成功为其多少客户完成服务升级，公司就相应匹配多少会员服务收益，分享增长成果，这实质上是一种终极的按效果付费模式。</p>
附件清单（如有）	无

注：公司严格遵守信息披露相关规则与投资者进行交流，如涉及公司战略规划等意向性目标，不能视为公司或管理层对公司业绩的保证或承诺，敬请广大投资者注意投资风险。