

证券代码：301382

证券简称：蜂助手

蜂助手股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-002

投资者关系活动 类别	<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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他 投资者通过电话会议方式接入（进门财经）
参与单位名称及 人员姓名	天风证券、Allianz Global Investors、Willing Capital Management Limited、百嘉基金、北京鼎萨投资、北京福睿德投资、北京嘉怡财富投资、北京鑫翰资本、北京衍航投资、博时基金、常春藤上海资产、成都万象华成投资、承珞（上海）投资管理中心（有限合伙）、传奇投资股份、创金合信基金、德懿禾资产、东方证券、东吴基金、东兴基金、佛山市东盈投资、富国基金、光大保德信基金、广东正圆投资、广发基金、广州金控资产、广州钜米资本投资、广州市圆石投资、广州盈力投资、国金证券上海自营分公司、海南摩鲸私募基金、杭州红骅投资、杭州拾年投资、河北东安集团、弘毅远方基金、红华资本（深圳）、宏利基金、华宝基金、华能贵诚信托有限公司深圳总部、华夏财富创新投资、汇泉基金、嘉实基金、建信基金、金库骐楷（杭州）投资管理有限公司上海分公司、金元顺安基金、金元证券、九泰基金、凯石基金、绿色发展基金私募股权投资（上海）、明世伙伴私募基金（珠海）、摩根基金管理（中国）、摩根士丹利基金管理（中国）、诺德基金、鹏华基金、平安养老保险股份有限公司、上海阿杏投资、上海冲积资产管理中心（有限合伙）、上海沣杨资产、上海赋格投资、上海格传私募基金、上海鹤禧私募基金、上海华坤建和股权投资基金、上海混沌投资（集团）、上海吉渊

	投资、上海季胜投资、上海健顺投资、上海聚劲投资、上海名禹资产、上海前言资产、上海睿亿投资发展中心（有限合伙）、上海天猊投资、上海途灵资产、深圳山石私募证券投资基金管理、深圳市金之灏基金、深圳市鹏城基石投资、深圳望正资产、深圳熙山资本、深圳展博投资、天风证券股份有限公司海南研究咨询分公司、天风证券股份有限公司上海浦东分公司、五矿国际信托、新华基金管理股份、信达澳亚基金、信银理财有限责任公司、序列（海南）私募基金管理、循远资产管理（上海）、阳光资产管理股份、银河基金、银华基金管理股份、长城基金管理有限公司、长江养老保险、长江证券、长沙浩源投资、浙江巴沃私募基金、浙江臻远投资、中国对外经济贸易信托、中国国际金融、中国人保资产、中国人寿资产、中金基金、中信保诚基金、中信建投证券股份、中信证券（以上排名不分先后）
时间	2024年2月20日（周四）下午16:00-18:30
地点	进门财经电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：罗洪鹏先生 副总经理、董事：区锦棠先生 副总经理兼董秘：韦子军先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>投资者提出的问题及公司回复情况：</p> <p>1、公司的战略规划是怎样的？云终端技术研发及算力运营板块在公司发展战略中扮演怎样的角色？</p> <p>公司未来2-3年发展战略将围绕“生活+科技”的经营理念，紧抓通信和互联网行业发展的机遇，紧跟数字经济和新一轮科技产业改革的步伐，坚持“一个基础、两个方向”的发展战略，通过“融合模式创新、核心产品、核心技术的研发”积累核心技术、建立核心竞争力，形成竞争壁垒。以“数字商品的综合运营”为基础，以“物联网流量运营及解决方案、云终端技术研发及云算力运营”为两大研发方向，形成企业发展的三大业务增长曲线。</p>

第一板块数字商品的综合运营，是以渠道运营为基础的现金流型业务，属于数字经济范畴的基础生活类业务，为公司发展科技类业务奠定经济基础和研发能力保障。

而物联网流量运营和解决方案，是以流量运营为核心商业模式。通过“硬件+内容、硬件+解决方案”等场景化的产品和解决方案，进入家庭和行业市场，规模绑定物联网智能终端数量。该板块是未来三年公司规模增收和盈利的抓手型业务，也为公司往算网一体化的科技方向发展奠定网络运营基础。

第三板块是云终端技术研发及云算力运营。云终端技术和产品研发属于科技型业务，通过核心技术建立竞争壁垒，公司在“公有云、边缘云、终端侧”全面布局云终端技术和私有化部署全栈产品方案，研发 2C 和 2B 应用产品，提前布局 5G 算力网络运营，布局硬件数字化服务模式。

云终端技术研发及云算力运营板块将是接下来两三年公司最具有发展潜力的业务板块。公司将紧跟 5G 算力上云的红利，持续投入研发端到端的全栈云终端产品技术（主要包括“云 OS、端云协同引擎、算力资源智慧调度引擎、容器虚拟化”等技术），结合“公有云、5G 专网、MEC 边缘云”，研发基于云终端技术的 2B/2C 应用。公司将继续加强与 H 公司的产品级技术合作，基于 H 公司鲲鹏 ARM 架构的服务器及容器虚拟化底座，将“CPU、GPU、存储”等综合算力上云，同时通过云终端把 5G 的大带宽、低延迟优势发挥出来，通过算力套餐的产品模式，结合整合各模型的 AI 应用，将算力应用于泛终端（含手机），同时也为 5G 的业务创造全新的商业模式，促进 5G 的稳健发展。

2、公司云终端（云手机）技术研发和产品运营，与豆包、DS 等模型能力及 AI 应用，是如何协同的？

首先，具备 AI 能力的云手机（简称 AI 云手机）与传统智能终端（手机）的区别之一，在于 AI 云手机实现了从被动响应到主动服务的跨越式升级，其核心能力是通过多模态感知和意图理

解系统，将用户碎片化需求转化为自动化操作流。其次，在未来，跨应用协同不再依赖人工操作，而是依托 DS 等模型架构实现的智能服务中枢的计算自动实现。举例：个人处理出差事务时，AI 云手机能自动实现识别出差需求、预订票务、预订车辆、预订住宿等各环节工作，极大提升处理的效率。

公司在现有的成熟的云终端（手机）技术基础上，已经将豆包、DS 等模型能力与公司云端 OS 平台进行适配、融合、测试，形成服务各种云端生态的 AI 云手机能力，后续会有相关产品上线。

3、公司在云手机的技术研发及产品运营方面，2025 年的重点是什么？

2025 年，公司云终端技术和产品在 2C 和 2B 都有布局和落地。2C 业务，公司将与 H 云一起，打造云端应用生态，给运营商用户提供 2C 云手机（含各类 AI 智能体）、支撑运营商各省公司云手机业务的落地等工作，服务运营商将现有的 C 端客户拓展成为云手机用户及算力套餐客户。

2B 业务，公司重点研发和运营社媒运营、云游戏、企业产品。社媒运营、营销场景，为企业客户提供全栈解决方案，提升金融、新能源汽车、快销品等行业在社交媒体的电商销售、品牌营销、品牌公关能力；在云游戏方面，公司将与游戏厂家合作，通过公司提供的算力，算力动态调度的能力及解决方案，降低游戏厂家的云游戏运营成本；而在工作效率提升及安全管控方面，公司推出的“工作云手机、云柜台”等的云端整体解决方案，能服务好对信息安全要求高、数据不离场等高要求的政府部门、银行等服务业，大大提升工作效率，确保信息安全保密。

4、公司云终端（云手机）的收入模式是怎样的？该业务未来的前景如何？

在 C 端的收入上，云终端产品以服务模式打包在 H 公司的硬件中，由 H 云销售给运营商。随着运营商云手机的客户规模

越大，云手机的应用场景越多，运营商使用搭载公司技术的服务器就越多，公司每月通过服务器获得的收益就越大，此模式下非固定费用结算，而是与云手机客户规模和云应用规模呈线性关系。AI 云手机的推出，将加速云端应用生态的形成，进而加速运营商云手机客户规模的形成、加速云应用规模的形成，从而为公司 C 端收入增长奠定基础。

在 B 端的收入上，公司推出的云游戏、社媒运营、工作云手机及云柜台的三大方向 B 端解决方案，收入模式将会呈现多样化。包括与 B 端合作后的持续收入分成，或是项目化解决方案形成收入，等等。这些业态最终都是以 2B 的方式实现收入。随着豆包、DS 等模型提升的 AI 应用能力，B 端生态的形成也会加速，公司上述三大板块的客户拓展将加速，最终促进公司云终端（云手机）B 端收入的加速提升。

5、在手机终端厂商陆续推出云手机后，如何看待公司云手机业务的发展？

云终端（云手机）生态运营的成本大概分为算力消耗成本（即服务器成本）、云端应用实现成本（即 PaaS 和 SaaS 能力实现成本）、端云信息交互的带宽成本等，其中最重要的就是带宽成本。云手机在运行过程中，云端和终端会实时交互，占用大带宽，因此带宽的成本约占云终端总成本的 30%-40%。随着视频流画质的提升以及音频质量提升，对带宽的占用会更多。同时，针对使用云手机的用户来说，无线流量消耗会以倍速增长，传统通信套餐的流量是远远不够的，按传统通信流量收费模式，用户因流量不足难以更好体验云端的各种应用，因此云终端的规模应用，需要运营商设置包含足够多流量（以 T/月为单位）的算力套餐。综上所述，在这个生态中，从云和用户角度来分析，带宽和无线上网基础设施资源均由运营商独家享有，运营商会利用这一独占性形成在云端生态的绝对主导权。

手机终端厂商推出云手机后，终端产业链会改变。从手机终

端厂商的角度出发，如果手机厂家自营云端生态，如上所述，手机厂家必须建立服务器能力（算力能力）、云端应用实现能力、带宽能力，这些都会极大增加手机厂家的成本，增加的成本会转移给手机用户，从而制约用户对云手机的使用需求，影响手机厂商云手机的销售。但如果手机终端厂商与运营商合作，运营商采购厂家的云手机后，将利用云端生态主导权的优势，建立云端生态的各部分能力及利益分配机制，在此基础上，推出包含足够多流量的算力套餐与云手机销售的捆绑方案，快速实现云手机销售及云手机客户转化，在运营商算力套餐销售实现、云手机客户转发的同时，快速实现手机厂家云手机的销售，运营商及手机厂家共同分享云端应用生态的红利。

站在公司角度，在手机厂家推出云手机后，如果手机厂家自建自营云终端算力中心，如上所述，由于运营商的带宽成本较高，以及用户在完成终端（云手机）采购后每月还需支付高昂的无线流量成本，这种模式将极大削弱手机厂商云端运营的竞争力。因此手机厂商推出云手机后，很可能的出路就是租用运营商的云终端算力服务（即算力套餐服务，算网一体化的套餐，含流量），在这种运营商主导云手机终端生态的模式下，也就间接把公司的云手机技术能力（PaaS 和 SaaS 能力）提供给手机厂家，形成公司收入；如上问题 3 及问题 4 公司 2C 业态所述，公司将获得更大收益。即使手机厂家自建云端算力中心并解决带宽瓶颈，公司也能把云手机的技术能力（PaaS 和 SaaS 能力）与各公有云适配，提供给手机厂家，形成公司收入。

6、公司云终端技术和算力运营板块，除云手机的产品形态外，还会在哪些泛终端侧最快实现产品落地？

在 5G+AI 双轮驱动下，公司云终端技术和算力运营板块面向泛终端的产品，除了云手机以外，以下三类智能终端最快会形成产品落地：

（1）智能穿戴设备。这类产品会聚焦轻量化，将穿戴设备

的计算能力放在云端侧，再配备 AI 能力，将大大提高智能穿戴设备的体验感和智能化。

(2) 互动型终端。当计算能力和储存能力上云，终端侧就会很“轻”。像儿童智能玩具，如将智能玩具的计算和储存上云、AI 能力云端布置，儿童智能玩具就可以承载大量的计算能力和储存能力，实现玩具与儿童的 AI 互动，从而增大儿童智能玩具的销量及粘性。象针对老人市场的带屏智能摄像头，公司将摄像头的计算和储存、以及豆包模型在云端布置，再配置喜马拉雅、汽水音乐等内容，摄像头在实现对老人监控的同时，能提供摄像头与老人的互动，以及老人体验视频及音乐的内容，从而增大带屏摄像头的销量及粘性。

(3) 云 TV 及泛屏生态。传统家庭电视类产品受互联网的冲击发展缓慢。通过在云端布置播放和控制能力，所有内容的播放（不管是直播还是点播），都将不受本地终端的限制。这一解决方案，不仅仅可以应用在电视侧，也可以拓展到所有屏幕设备，如车载屏幕等。

总的来说，公司云终端技术和算力运营能力，在泛终端侧的应用，未来潜力巨大。智能终端穿戴设备、互动类智能设备、云 TV 等都是市场发展的重点。从长远来看，5G 专网的边缘云技术也会深刻影响各行业，尤其是那些对信息安全要求比较高的行业，会有更多应用场景。AI 与云结合会引领我们进入一个全新的互联网生态，服务形式可能不再依赖传统 APP，而是通过智能设备和语音交互来实现。把复杂的计算交给云，让终端更智能、更便宜，用「云+AI」重新定义手机/手表/电视等所有带屏幕的设备。

7、公司的云终端（云手机）技术研发及算力运营业务，与 H 云的关系是怎样的？

公司在开始进行云终端（云手机）的技术开发时，首先基于 H 公司 ARM 架构的鲲鹏服务器及容器虚拟化底座，在此基础上

逐渐形成端到端的全栈云终端产品技术（主要包括“云 OS、端云协同引擎、算力资源智慧调度引擎、容器虚拟化”等技术）。公司把这些技术整体打包，服务 H 云，与 H 云一起形成服务器与云端应用的整体技术能力，H 云把整体能力提供给运营商，为运营商拓展云手机客户及算力客户提供整体技术支撑。同时公司利用自身强大的运营支撑能力，为运营商的云手机产品落地及云手机客户、算力套餐客户拓展，提供全方位的支撑和服务，最终加快 H 云 ARM 架构鲲鹏服务器的销售。在此基础上，通过云手机 AI 能力的加持，公司也协助 H 云、运营商，加快云手机应用生态的形成。因此，公司是 H 云技术产品和生态级的合作伙伴。

8、公司现金流情况后续会有改善吗？

公司现有三个业务板块，每个板块对现金流的影响不同。数字商品的综合运营板块占用现金流较重，而物联网流量运营和解决方案和云终端技术和算力运营板块则相对较少。随着云终端技术和算力运营板块，以及物联网流量运营和解决方案板块收入的增长，两个板块收入占总收入比重的不断增加，公司的整体现金流将得到显著改善。

9、公司在云手机技术及产品方面的核心竞争力有哪些？

公司在云手机的技术及产品方面，核心竞争力主要有以下四个方面。第一是技术的先发优势。云手机的技术积累需要时间与人才，特别是在底层技术、大核虚拟化技术等方面，国内在这一技术领域的人才非常少，竞争对手要跟上需要较长时间；第二是应用侧。目前在云手机的应用侧能持续盈利的场景不多，公司能通过 H 云及运营商，实现技术的变现及盈利；第三是运营商生态的切入及合作。传统的技术公司对于运营商的生态及运作不够熟悉，但公司基于管理团队在运营商的从业经验、公司产品及服务与运营商有多年的持续合作，公司非常熟悉运营商的战略、生态及合作模式，因此公司在推动云手机产品落地时优势明显；第四，云手机的应用是新业态，公司率先与多家互联网公司合作，能够

	有效引导云手机应用落地。
附件清单（如有）	
日期	2025 年 2 月 24 日