

证券代码：688111

证券简称：金山办公

北京金山办公软件股份有限公司

机构投资者调研活动记录表

编号：2025-001

投资者关系活动类别	<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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称	来自中信证券、中金公司、兴业证券、东方证券、东吴证券、中信建投证券、申万宏源证券、国盛证券、广发证券、华泰证券、民生证券、海通证券、国投证券、Morgan Stanley、JP Morgan、Goldman Sachs Citi、Jefferies、Nomura、易方达基金、华夏基金、嘉实基金、华安基金、博时基金、富国基金、鹏华基金、交银施罗德基金、宝盈基金、国泰基金、博道基金、光大保德信基金、国投瑞银基金、创金合信基金、富荣基金、中国人寿、太平资管、东方红资管、红杉资本等机构 400 余位分析师与投资者。
时间	2025 年 3 月 20 日 15:00
地点	公司会议室(在线访谈)
上市公司接待人员	公司总经理章庆元先生、副总经理毕晓存女士、副总经理兼财务负责人崔研女士、董事会秘书潘磊先生以及公司相关工作人员。
机构投资者关系活动主要内容介绍	<p>管理层致辞（略）</p> <p>问答环节：</p> <p>1、公司希望通过披露口径调整引导市场关注协作及 AI 的进展，背后的考虑是什么？如何展望与新领域对手的竞争？</p> <p>答：公司上市之初，作为头部办公软件厂商，主要做传统 Office，即狭义办公软件，专注文档处理。过去几年，整个市场和行业发生很大变化，企业协作领域市场空间不断扩大。公司业务从狭义办公领域走向广义办公领域。</p> <p>从市场需求来看，公司提供一整套完整解决方案，实现“Office 软件、版式文件、云文档、协作、IM、邮箱、会议”等功能的全覆盖，同时，率先推出 AI 企业版。全方位的满足企业办公需求，这是公司未来的核心战略方向之一。</p> <p>关于 AI 技术，目前颠覆性的大模型发展，会重构每一个公司及产品。公司在 2023 年提出 All in AI，选择不做基座模型，坚持做好办公应用。未来五年，公司会更进一步把 AI 作为核心技术，让 AI 去改造现有的每一个产品，包括 WPS 个人版及 WPS 365 产品。</p> <p>关于市场竞争，公司是目前协作办公领域为数不多能提供完整解决方案的厂商。产品包含传统文档处理，以及各种企业协作应用。公司也会持续加大投入，把公司的产品场景闭环做的更好，来面对这个领域的新竞争。</p> <p>2、如何对公司新的战略方向进行预期？</p>

答：收入是 WPS 365 业务的重要指标，投资者可持续关注 WPS 365 收入增长。WPS 365 包括公有云 SaaS 以及私有云（按年付费）两种部署方式，从收入角度看，目前公有云占比略高。公司非常有信心在未来五年实现 WPS 365 业务的高速增长。

公司认为 AI 业务，尤其是面向 C 端客户的 AI 业务，目前处在一个比较特别的时间点，处于类似移动互联网的早期阶段。2024 年上半年，AI 帮助公司快速实现收入增长；下半年，AI 市场开始进入跑马圈地阶段。

从短期看，市占率、活跃度、使用率是 AI 业务非常重要的指标，从长期来看，AI 一定会带动 C 端收入的持续增长。投资者在跟踪公司 AI 业务发展时，可关注 AI 业务收入，但短期 AI 活跃情况更有意义。

随着国内大模型技术进步，2025 年进入 AI 应用元年，预计 AI 应用会越来越多。短期内，公司认为最重要的目标是在 AI 驱动的时代，保持市占率，成为 AI 办公应用的领先厂商。公司认为实现 AI 市占率的目标，也一定会驱动公司收入取得更大突破。

3、公司个人知识库产品进展如何，如何与市场竞品竞争？

答：在 AI 应用中，公司一直把私域知识的 AI 应用，当成核心应用场景，也是公司研发投入的重点。公司个人知识库产品目前已内测，第二季度开始逐步放量。

与行业中的众多知识库对比，公司产品的优势在于可实现“写、存、管、用”一体的闭环，场景相对完整。“写、存、管、用”一体化的体验，对用户价值非常大。

4、AI 商业化的情况，新形势下 AI 在 C 端的天花板？

答：用户增长是 C 端重要的商业逻辑，从长期看，AI 将实现 WPS 活跃度的再一次提升。AI 极大提升办公效率，降低了用户使用门槛，也将进一步提升客户活跃度。关于 C 端业务天花板，一旦用户数、活跃度显著提升，决定业务天花板的是后续付费转化率以及客单价。

2024 年上半年，公司开启 AI 商业化进展，推出 AI 会员、大会员，对收入带来非常大的提升，AI 用户以及收入表现非常亮眼。下半年，大厂加大 AI 推入，随着市场环境变化，公司及时调整 AI 发展策略，更加关注用户基数，将活跃用户作为最核心的观察指标。

公司运营过程中，一是论证了 AI 可以拉动收入增长，二是论证了 AI 可以拉动活跃度增长。在公司几乎没有主动推广的情况下，国内 AI 月度活跃用户数已近 2000 万。AI 对用户数增长、商业变现的带动作用很大。

展望 2025 年，公司将聚焦办公领域 AI 应用，继续抢占市场份额，在办公领域成为行业领导者，在把握市场与行业节奏的基础上进行商业化。

5、公司在 AI 领域有什么计划，如何快速抢占用户心智，现在的 AI 功能解决了哪些用户痛点，未来会推出哪些功能？

答：大模型技术及算力成本是决定 AI 应用的关键因素。2025 年，国内先进模型的供应问题被解决，AI 体验进一步提升。在此之前，AI 赋能简单的润色、改写等文字处理类功能。随着模型的进步，AI 显著提升写代码、数据分析、知识库等能力。与此同时，国内一直致力于对大模型算力优化，算力调用成本下降很快，预计未来两年，WPS AI 应用体验将

持续提升。

公司认为，AI 在办公领域能力分为 AIGC、Insight、Copilot 三个部分。AIGC 包括内容生产、演示生产、润色改写、文生图等。Insight 包括文档阅读、理解等，DeepSeek 模型发布后，文档问答、数据理解等能力大幅提升，公司深耕知识库、文档理解优化等领域。在 Copilot 或 Agent 领域，AI 助理能力也将有长足进步，比如通过不断反问清晰挖掘用户问题。

6、信创业务如何展望？

答：信创业务早期集中于电子公文领域，在过去两年向金融、国央企等领域渗透，未来几年将覆盖乡县、事业单位等更多领域，以及更多业务场景。展望未来，金融及企业国产化要求逐步提升，AI 也将带来新的机遇。

WPS 365 业务基于文档+协作+AI，一站式解决国产化、数字化等问题，发展空间较大。随着信创市场空间的打开，公司将继续保持市占率优势。同时，政企国产化 AI 需求很大，也带来很大的发展机遇。

7、公司的产品推广计划如何，怎么提升服务产出比？

答：过去公司的市场推广投入较少。未来，一方面公司继续保持文档优势，融合 AI 功能巩固已有优势；同时公司也会依据国内外战略加大资源投放。

公司逐步推进营销体系重构，2024 年拆分 B 端、G 端两大事业部。2025 年，公司将继续加大营销体系建设，加大品牌投入，同时完善渠道建设。

8、面对 AI 领域新的玩家，公司的竞争策略如何？

答：公司具有较强的竞争壁垒，产品相对完整，并形成集文档“写、存、管、用”为一体的场景闭环。公司专注于用 AI 重构办公软件，以提高用户的办公效率和使用体验。尽管存在其他通用型 AI 产品，但公司选择聚焦于办公场景进行产品革新。面对 AI 发展机遇，公司将与竞争对手形成差异化竞争，通过产品的升级迭代，提供原生办公体验，争取更大的用户规模。

9、公司的哪些 AI 功能用户使用频率较高，用户画像和推广策略如何？

答：公司 WPS AI 目前已有近 2000 万来自各行各业的月活用户数。此前，用户使用的 AI 功能主要集中在文字生成、PPT 设计以及数据分析等功能。随着 AI 能力的提升，特别是在大模型能力提升后，公司正着重提升表格数据处理能力，以满足用户数据分析和 BI 技术需求。

在推广策略上，公司内部优先关注 MAU、DAU，同时更多依赖 AI 带来的产品力提升，而非单纯的市场推广活动。

10、公司的海外业务策略如何？

答：公司将出海战略作为未来五年规划的重要组成部分。面向海外 C 端市场，公司将大力拓展海外大屏用户，提升办公软件品牌形象，并通过本地化策略提升海外用户规模和商业化水平，目前进展顺利。面向海外 B 端市场，公司将首先服务中资出海企业，逐步建立品牌影响力；后续

	逐步向一些重点国家和地区扩张，深耕海外企业客户市场。
--	----------------------------