

深圳市方直科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-001

投资者关系 活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☒业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称 及人员姓名	参与公司 2024 年度网上业绩说明会的投资者
时间	2025 年 5 月 9 日
地点	约调研、价值在线
上市公司接待 人员姓名	董事长黄元忠先生、总经理张文凯先生、副总经理兼董事会秘书李枫女士、 副总经理兼财务总监贺林英女士、副总经理兼技术总监卢庆华先生、独立 董事傅冠强先生、独立董事王翔宇先生
投资者关系活 动主要内容介 绍	2024 年度网上业绩说明会主要问题及回复情况如下： Q：是否有国际化发展的计划？ A：公司秉持开放合作的国际视野，探索海外商业机会，子公司木愚科技参加印尼及阿布扎比等国际性展会，凭借先进的技术与服务赢得了广泛赞誉与高度评价，积极探索出海业务与发展。 Q：国家在大力推动教育数字化转型，公司在落实相关政策将新兴技术融入教育产品和服务方面，有哪些具体成果和后续计划？ A：公司以教育数字化转型为核心，深度融合多模态大模型与智能体等技术，构建教育智能生态，率先打造 AI 课程系统和 AI 数字化实训系统等创新型教育智能化产品和解决方案，聚焦教学质量效率提升和数字化人才培养。后续，公司将加大对技术研发领域的投入，保持技术领先优势，不断探索更多应用场景，进一步巩固和开拓教育等领域的业务市场，推出

	更具市场竞争力的智能教育产品和服务。 Q: 介绍一下 2024 年新业务的进展情况 A: 2024 年，方直科技在智能教育领域取得显著突破。在教育数字化产品生态方面，产品运营能力持续提升，在深圳核心市场保障教材选用并优化方案，形成可复制区域拓展模式，同步学业务多维度提升，探索新业务模式；技术研发与产品矩阵持续完善，进行课程体系化升级，底层运营平台数据全链路贯通，新一代智能教育产品研发有突破；人才战略支撑业务发展，建立人才梯队，培养专项产品运营团队。在人工智能+教育业务领域，全资子公司木愚科技持续创新，已与多所院校及教研机构建立合作关系，未来将开拓更多领域业务市场。 Q: 请问目前行业的整体情况怎么样，和其他公司相比方直科技的优势和核心竞争力在哪里？ A: 方直科技的优势和核心竞争力在于：依托行业领先地位与品牌势能，构建覆盖教育全场景的客户价值网络，基于自主研发的跨领域通用 AI 技术，从 K12 教育向知识服务生态延伸拓展；通过全国网格化渠道体系与本地化服务节点协同运作，形成快速响应、精准定制的服务能力；通过战略级出版渠道联盟，构建千万级师生用户生态，实现 30 个省级行政区域、100+核心城市深度渗透，服务用户 6700 万人。 Q: 在教育产品的用户体验优化方面公司的技术团队采取了哪些措施？ A: 公司为应对教育行业需求变化，加强市场调研和用户需求分析，建立快速响应机制，确保产品研发与市场需求同步。通过引入大数据分析和人工智能技术，进一步优化产品的智能化和个性化功能，提升用户体验。同时，加大研发投入，持续推出创新产品，巩固市场领先地位。 Q: 随着人工智能技术在教育领域的应用逐渐普及，公司在 AI 技术
--	--

	研发和应用方面，取得了哪些实质性进展？ A：公司持续深耕人工智能+教育相关领域，已获得多项相关发明专利和软件著作权，推出生成式智能和教育数字化结合的系列产品，率先打造 AI 课程系统和 AI 数字化实训系统等创新型教育数字化产品和解决方案。公司与深圳大学、河南师范大学、深圳职业技术大学等院校合作，在智能教育业务持续发力，在人工智能相关技术与教育结合的技术领域持续创新。新一代智能教育产品研发将为后续建设多学科 AI 专项学习产品矩阵、AI 智能陪伴产品等战略项目奠定技术基础。 Q：请分享一下 AI 数字化产品在 2024 年的业务拓展情况 A：2024 年公司继续夯实并拓展 AI 数字化市场，将生成式 AI 更深入应用于高等教育、职业教育、知识传播、文化、证券等领域。与多所院校落地 AIGC 产业人才培养创新实践，提供可操作实践方案。全资子公司木愚科技研发教育智能一体机，为学校场景提供全链条智能化升级服务。公司人工智能产品获相关荣誉，与院校、企业开展合作，子公司参与行业标准制定。 Q：管理费用增长的原因是什么 A：公司 2024 年管理费用相较上年同比有一定的增长，主要系薪酬、股权激励费用、专项审计费用较上年同比有所增长所致。 Q：目前主打产品在市场上的表现怎么样，有推出新的产品线的计划吗？ A：2024 年，公司保持资源同步、配套和优质三大特色，继续推进公司优质的教育数字资源建设、自主知识产权建设，已推出自有品牌的教育智能硬件产品，为企业未来的产品发展方向奠定基础。 同时，公司继续夯实并拓展 AI 数字化市场，将生成式 AI 更加深入应用于高等教育、职业教育、知识传播、文化、证券等领域。 公司计划推出专为儿童设计的 AI 消费电子产品，将在 2025 年完成从概念设计到生
--	---

	产的全流程开发，以及建立全面的销售体系。该 AI 消费电子产品集情绪抚慰、心理疏导、习惯养成、英语对话及丰富学习娱乐音频内容等多功能于一体，旨在为儿童提供智能化、个性化的陪伴服务。 通过 AI 技术的深度应用，公司将进一步拓展家庭教育场景，打造儿童智能陪伴领域的领先品牌，公司将持续深耕智能硬件、优质内容与个性化服务的深度融合，构建“硬件+内容+服务”生态体系，为家庭提供更智能、更高效的智能教育解决方案，助力儿童全面成长与家庭教育质量的提升。 Q：回顾 2024 年在新产品研发和推出方面取得了哪些成果，市场反馈如何？ A：2024 年，公司保持资源同步、配套和优质三大特色，继续推进公司优质的教育数字资源建设、自主知识产权建设，已推出自有品牌的教育智能硬件产品，为企业未来的产品发展方向奠定基础，从产品能力输出、联运等维度，标准化产品及服务方案，扩大产品的矩阵，加强自有品牌课程研发，沉淀方直科技自有品牌的课程产品。 公司继续夯实并拓展 AI 数字化市场，将生成式 AI 更加深入应用于高等教育、职业教育、知识传播、文化、证券等领域。公司以教育数字化转型为核心，深度融合多模态大模型与智能体技术，构建"数智教师-场景重构-内容进化"三位一体的教育智能生态。依托 DeepSeek-R1 等大模型的自然语言理解能力，实现教学场景的智能感知与动态适配。 公司强化人工智能与教育场景的深度融合，持续保持研发投入强度。依托博士后工作站与省级智能教学工程中心，构建教育科技领域创新联合体，累计获得发明专利、软著等创新成果百余项。国家级创新资质矩阵的构建，印证了技术领先性与商业价值的双重突破。 Q：过去一年中有没有探索了新的业务领域 A：2024 年，全资子公司木愚科技在人工智能相关技术与教育结合的技术领域持续创新，从细分赛道里寻求新的突破；公司已与河南师范大学、
--	--

	暨南大学、深圳大学等院校及教研机构建立合作关系，实现 AI + 教育更加深度的融合；未来还将积极开拓高等教育、职业教育、金融、宣传、文旅以及知识传播等领域的业务市场。 Q：请详细介绍未来的发展战略和规划 A：2025 年公司发展战略和规划如下： 整体目标：坚持“人人分享优质教育”，以用户需求为核心，提供智能教育产品与服务；践行企业价值观，提升团队实力，实现可持续增长；推进产品与服务创新，构建服务网络，助力教育变革；业务延伸至高等教育、职业教育及银发经济等领域，与伙伴合作推动生态协同发展。 经营计划：以 AI 软硬一体化方案为核心推动教育升级，与院校、科研机构合作建实训中心，打造“教育+技术+产业”闭环生态；以区域化营销扩版图、提服务，以技术创新增产品种类、提竞争力，打造教育数字化产品生态链。 Q：2024 年公司在产品营销渠道上，除了传统渠道，请问有没有拓展新的营销渠道？ A：公司产品营销实施精准渠道战略，构建立体化营销网络。公司将集中优势资源，重点提升渠道建设与数字化营销的核心能力。建立“直营+代理”的销售体系，通过标准化流程优化和新型合作机制，重点突破区域市场：分步完成直营模式区域复制、实现规模化招商、集中资源冲刺业绩目标。同步推进数字化营销能力建设，构建包含私域流量运营、用户行为分析、精准投放的智能营销中台，助力市场拓展和深度下沉，为业务增长提供坚实支撑。 Q：利润下滑的主要原因是什么？ A：公司 2024 年营业收入较上年同比下降 9.43%，归属于母公司所有者的净利润较上年同比下降 45.5%，利润下滑的主要原因：一是报告期内，公司营业收入受市场变化及业务结构调整影响，较上年同比有所下降；二
--	---

	是根据公司业务发展的需要,报告期内公司加大了研发投入及中小学教育产品以及“人工智能+教育数字化”产品线上、线下的推广力度,致公司费用较上年同比有所增加。受此影响,2024 年度归属于上市公司股东的净利润较上年同比有所下降。 Q: 公司 2024 年归母净利润同比下降,营收连续三年下滑,请问管理层对扭转这一趋势有何具体措施?是否调整了未来三年的营收目标? A: 2025 年,公司将加速 AIGC 技术落地,明确产品、渠道建设目标及制定系统性改善计划,实现目标增长。 Q: 请问在产品布局上,公司如何进一步挖掘方直金太阳教育软件的增长潜力? A: 2025 年公司致力于深度集成 AIGC 技术,提升产品迭代和服务优化的效率;构建软件+硬件+服务生态,拓展家庭教育场景;打通职教领域实训平台-能力认证链路,开发职业技能适配课程。依托三级渠道网络,提升 2025 年重点区域覆盖率;挖掘开发分层增值服务,促达目标付费转化率及复购提升。 Q: 在 2025 年,公司对于 AI 数字化产品,有哪些推广和发展计划? A: 2025 年公司在 AI 数字化产品的发展计划: 1、构建 AI 全场景解决方案,深化产教融合生态 公司将以 AI 软硬一体化解决方案为核心,推动教育数字化与智能化升级。通过与职业院校、科研机构深度合作,建立集教学、考核、实践、产训于一体的 AI 线下公共实训中心,满足院校和政府培养新兴技术人才的诉求。公司将借鉴知名企业的校企合作模式,打造“教育+技术+产业”的闭环生态,助力教育数字化转型和人才培养。 2、打造 AI 消费电子产品,构建家庭教育服务闭环 公司计划推出专为儿童设计的 AI 消费电子产品,将在 2025 年完成从概念设计到生产的全流程开发,以及建立全面的销售体系。该 AI 消费电
--	--

	子产品集情绪抚慰、心理疏导、习惯养成、英语对话及丰富学习娱乐音频内容等多功能于一体，旨在为儿童提供智能化、个性化的陪伴服务。 通过 AI 技术的深度应用，公司将进一步拓展家庭教育场景，打造儿童智能陪伴领域的领先品牌，公司将持续深耕智能硬件、优质内容与个性化服务的深度融合，构建“硬件+内容+服务”生态体系，为家庭提供更智能、更高效的智能教育解决方案，助力儿童全面成长与家庭教育质量的提升。 Q: 请问在保持高毛利率的同时，公司如何扩大市场份额，实现量价齐升？ A: 公司将紧跟政策、行业 and 市场需求，抓住发展机遇，借助各方力量与资源，发挥自主创新优势，创造新的业绩增长点。公司将以区域化营销为模式，扩大市场版图，下沉市场和数字化与智能渠道升级，提升产品渗透率和品牌影响力，提升服务质量；以技术创新为基础，增加产品种类，提升产品竞争力；以持续创新为动力，逐步打造一个覆盖教育教学、师生互动、数字教育内容沉淀等相对完整的教育数字化产品生态链，为教育行业提供技术创新与高质量人工智能产品及服务。 Q: 教育行业竞争日益激烈，请问公司如何定位自身产品与服务，与竞争对手形成差异化优势？ A: 公司通过以下核心策略持续优化教育内容生态，形成差异化优势：智能生产体系构建，以专业化教研团队，实现产品覆盖率提升及区域差异化开发；应用 AIGC 技术实现内容生产效率提升；基于学情画像实现自适应推送，微课准度匹配提升；上线沉浸式学习模块。开发 AR 情景式课程；实现纸质教材教辅、数字资源和智能硬件的无缝衔接，提供多样化学习方式，增强用户粘性。 Q: 随着在线教育市场的发展，公司的线上业务占比有何变化吗？ A: 2024 年公司的线上业务占比达营收的 30%，随着教育行业的投入
--	---

	以及公司 AI 产品的规模化落地，2025 年线上业务占比会有所突破。 Q：公司于 6 月 25 日晚间公告拟以 5375 万元转让持有的深圳罗湖蓝海村镇银行股份有限公司 10%股权，请问此次转让对公司的财务状况和业务发展战略有哪些影响？ A：本次出售资产是根据标的企业近年来的经营状况，响应国家化解中小金融机构经营风险的政策，降低公司投资风险做出的决策，有利于公司进一步聚焦主营业务，帮助公司提升盈利能力、降低经营风险，增强公司核心竞争力。公司本次转让蓝海银行 10%股权后，不再持有其股权，本次股权转让不涉及合并报表范围的变更。 Q：请问公司在教育内容资源方面，如何持续丰富和更新，以保持产品的吸引力和竞争力？ A：公司在教育内容资源方面，持续丰富和更新，以保持产品的吸引力和竞争力。 一、内容生产体系的构建 1、以专业化教研团队进行学科覆盖，组建分学科的教研团队，紧跟新课标、教材改革，确保内容与教学大纲同步。 2、地域适配：针对不同省份教学大纲开发差异化资源，提升区域渗透率。 3、AI 驱动的自动化生产：利用 AI 自动生成习题、解析，并通过学生答题数据反馈优化难度系数。对知识点、题型、能力维度打标签，构建结构化内容库，支持智能推荐。 二、技术赋能内容迭代与个性化 1、错题反馈闭环：通过学生错题大数据，标记易错知识点并针对性更新讲解及练习题。 2、自适应内容推送，学情画像：基于学生答题记录，AI 自动匹配薄弱环节的微课、习题。 3、多模态呈现：情景式学习提升沉浸感。
--	--

	Q: 年报显示公司销售费用占比有所上升，但市场渗透效果不明显，能否说明目前渠道拓展策略的成效？未来如何平衡投入与收入增长的关系？ A: 公司 2024 年线上收入占比及私域用户提升同时新兴平台投入导致短期费用上升；2025 年计划分析淘汰低效渠道，集中资源拓展重点区域。构建“AI 智能投放+OMO（线上线下融合）中台”，2025 年目标降低单位获客成本，提升线上用户 LTV（生命周期价值）；整合自有产品与代理硬件，通过“软件订阅+硬件增值”组合提升客单价；监控区域 ROI，对低效渠道执行“3 个月动态调整机制”。 Q: 2024 年研发投入占营收比例是多少？年报提到拥有 24 项专利，但未披露新增申请情况，请问研发成果转化率如何？是否与 AI 教育产品的竞争力直接挂钩？ A: 公司 2024 年研发投入占营业收入的比例为 22.99%。公司在 2024 年年度报告中已披露当年发明专利证书等知识产权证书取得情况，具体内容请查阅公司 2024 年年度报告第三节管理层讨论与分析中“三、核心竞争力分析”相关内容。 公司强化人工智能与教育场景的深度融合，持续保持研发投入强度。依托博士后工作站与省级智能教学工程中心，构建教育科技领域创新联合体，累计获得发明专利、软著等创新成果百余项。国家级创新资质矩阵的构建，印证了技术领先性与商业价值的双重突破。 未来，公司将深化“人工智能+教育数字化”驱动发展的战略：一方面强化 AI 与教育场景的深度融合，持续开发基于人工智能的软硬件产品，打造第二增长曲线；另一方面完善产学研用创新链条，通过人才飞轮效应持续提升核心竞争力。在保持既有优势的基础上，重点突破智能教育解决方案的标准化输出能力，构建科技服务教育的新范式。 Q: 公司提到已布局 AI 课程系统和数字化实训系统，但与头部教育
--	---

	企业相比，AI 技术的差异化优势体现在哪些方面？是否有计划接入 DeepSeek 等大模型提升产品力？ A：公司在保持资源同步、配套和优质三大特色，继续推进公司优质的教育数字资源建设、自主知识产权建设，已推出自有品牌的教育智能硬件产品，为企业未来的产品发展方向奠定基础，从产品能力输出、联运等维度，标准化产品及服务方案，扩大产品的矩阵，加强自有品牌课程研发，沉淀方直科技自有品牌的课程产品。公司已推出同步学亲子学习平板，首搭 DeepSeek 全科 AI 学习系统，智能平板与 DeepSeek 系统深度结合，配备多种智能化学习工具，真正实现“因材施教”的教育理念，成为孩子身边的 AI 智慧家教，为孩子的全面发展提供智能化支持。 公司严格按照《信息披露管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平。没有出现未公开重大信息泄露等情况。 欢迎关注公司微信公众号“方直科技”（ID:kingsunedu）了解更多公司动态。同时，欢迎拨打公司投资者关系热线电话：0755-86336966。
附件清单	无
日期	2025 年 5 月 9 日