

证券代码：300459

证券简称：汤姆猫

浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-008

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 ☐电话交流会
参与单位名称	中信建投证券、国寿资产、东吴证券、太平养老、长信基金、德邦基金、国海证券、交银施罗德基金、西部证券、施罗德投资管理香港有限公司、安联基金、华夏基金、谦信基金、华泰证券、东方基金、中金公司等
会议日期	2025 年 5 月 6 日-2025 年 5 月 8 日
会议地点	上海、杭州
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 欧阳梅竹 证券事务代 张平、王佳斌
投资者关系活动主要内容介绍	公司介绍了业务经营情况以及发展规划，并就参会机构人员关注的其他问题进行了回复交流，具体见下文。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 5 月 9 日

投资者关系活动主要内容介绍：

1、能否介绍下一季度汤姆猫 AI 机器人的销售进展情况？

答：公司于 2024 年 12 月下旬上线的汤姆猫 AI 情感陪伴机器人产品，目前已累计数千位首批 AI 产品体验官，好评率高达 98.5%，抖音渠道显示该产品 30 日动态月销量上涨超 3 倍。4 月线上销售较 3 月环比增长 100%。公司已引入高端专业人才，进一步完善了产品营销体系，并全力推进该产品的营销计划。其中，在线上渠道，公司产品上线了京东、抖音、天猫等货架电商和直播电商平台，公司正积极筹备 6.18 年中购物节推广活动，旨在进一步提升品牌曝光度并促进销量增长。此外，汤姆猫 AI 情感陪伴机器人已入驻机器时代三十余家机场店、Z.Pilot 黑科技人工智能产品体验店等线下销售渠道，凭借出色的产品性能与创新体验，收获经销渠道的积极反馈，销售情况表现良好。同时也在洽谈更多的线下知名连锁渠道，相信大家可以在出行、逛街的时候“偶遇”汤姆猫。公司将与各合作伙伴紧密协同，通过强化终端陈列、开展场景化体验营销等多元举措提升产品市场渗透率与品牌影响力。

2、汤姆猫机器人定价较高，是否考虑做低价产品？

答：首批产品销售数据显示，用户对公司推出的 AI 机器人产品认可度较高，在公司抖音官方旗舰店的近期成交数据中，1999 终身免费版占店铺成交的 90% 以上，高价产品竞争优势明显。其次，根据公司线下部分经销渠道反馈，公司 AI 机器人产品在创新性科技产品中具备较高的性价比优势，作为新型消费级科技产品，既能满足了中高端消费客群对前沿科技产品的购买需求，又展现出对大众消费群体的吸引力。

同时，公司始终秉持“科技普惠”的理念，力求在保障产品高品质、功能丰富的前提下，为客户提供兼具竞争力与性价比的产品。一方面，公司将在首批产品的核心功能基础上，推出不同价位的 AI 机器人产品，例如体积更小的、便携式的机器人在价格上将更低，更有利于大众消费决策；另一方面，公司也将优化供应链、成本管控，保持产品合理、良性的 ROI，坚持长期价值。

3、能否详细介绍下未来汤姆猫 AI 机器人的升级或研发迭代计划？

答：自去年 12 月底至今，公司对首代汤姆猫 AI 情感陪伴机器人产品在嵌入式软件、底层模型、内容等方面开展了大大小小的更新优化已达 480 余次，迭代速度惊人。公司将围绕“AI+IP+Agent”的业务发展方向，从以下几个维度深入推进产品的研发与升级工作，构建不同应用场景、不同价格区间的产品矩阵：

（1）在产品形象上，汤姆猫家族 IP 包含 6 个经典的 IP 角色形象，公司将尽快推出不同 IP 形象的 AI 情感陪伴机器人，以满足不同用户对不同 IP 形象的喜爱需求；

（2）在应用场景上，公司将以首代 AI 情感陪伴产品为基石，推出便携式的、不同形态、或是搭载摄像头与运动功能的“能看”“会跑”的陪伴产品，从桌面场景扩展至向户外、出行、家庭大空间等多元场景；

（3）探索存算一体的 AI 端侧模型解决方案，前沿性布局数据安全、低延迟的端侧 AI 应用终端；

（4）基于在多模态技术架构、大模型驱动、任务规划逻辑等方面的深层次共性，将大模型、数据、工具多维一体融合进公司的家庭智能硬件终端上，推动 AI 的语音交互功能向 Agent “全能伙伴”演进。

4、公司 2025 年主营业务方面有哪些业绩增长驱动因素？

答：在游戏业务上，公司储备了《金杰猫启蒙家园》《汤姆猫小镇》《汤姆猫总动员 2》等多元品类的 IP 新产品，系列产品计划于 2025 年度陆续上线，其中，《金杰猫启蒙家园》《汤姆猫小镇》（见下图 1、2 所示）等产品均为内购变现产品，相关产品的上线将有望优化游戏业务的盈利模式。而《汤姆猫总动员 2》（见图 3 所示）将是公司今年在大 DAU 产品上的重磅之作，该产品将延续前作《汤姆猫总动员》成功经验的基础上，启用全新的 IP 形象版本，并在玩法上深度拓展用户与角色间的互动方式。

在 AI 业务上，公司正全力推进汤姆猫 AI 机器人产品的营销计划，3 月份以来，该产品的抖音渠道销售收入连续 2 个月实现环比超过 100% 的快速增长，30

日动态月销量更是增长超 3 倍，市场热度持续攀升。同时，公司正加快研发不同 IP 形象的、便携式的 AI 机器人产品。这些兼具科技创新与潮玩设计的 AI 机器人产品，不仅将进一步拓宽公司智能硬件产品线，也将成为驱动公司业绩增长的全新支点，助力公司在 AI 消费市场开辟新赛道。

此外，在程序化广告业务上，今年一季度，公司海外全资子公司 Outfit7 基于此前积累的丰富经验、技术储备、商业模式及产业链资源等优势，计划通过新公司 Aurion11 Limited（以下简称“Aurion11”）探索程序化广告服务业务的商业化落地方案。作为公司旗下独立的广告技术控股子公司，Aurion11 将利用机器学习算法、大数据分析、AI 等技术，为移动应用客户提供移动互联网程序化广告业务服务，帮助移动互联网客户提升其广告变现能力。该项计划的实施将有助于公司拓展移动互联网程序化广告业务，开拓新的盈利增长点。



图 1 《汤姆猫小镇》图示



图 2 《金杰猫启蒙家园》图示



图 3 《汤姆猫总动员 2》图示

5、能否介绍下公司程序化广告变现是如何实现的？

答：在游戏内置广告业务上，得益于公司汤姆猫家族 IP 积累的庞大用户体量，公司与 Google、Meta、Mobvista、ironSource、AppLovin、字节跳动旗下穿山甲、Smaato、华为、OPPO 等全球多家大型广告营销服务商开展合作，通过上述互联网广告服务商，公司从全球范围内获得充足、优质的广告业务订单。与此同时，公司自建了广告聚合平台 Mediation，通过该平台，公司将从 Google、AppLovin

等平台获取的大量广告主的营销需求，通过瀑布流竞价和实时竞价的混合模式，优先选择价格高的广告向移动应用产品用户进行推送展示（展示方式包括插页、横幅、奖励视频、视频广告、应用墙等多种形式），进而获取广告收入。

公司海外子公司 **Outfit7** 具备 14 年的移动互联网广告运营经验，是全球互联网行业中较早开展程序化广告业务并通过应用内广告收入变现的互联网企业之一。公司不仅拥有自建的广告聚合调节平台 **Mediation**、数据隐私同意管理平台以及成熟的广告商务和广告技术团队，而且在上游广告来源上，公司与 **Google**、**Meta**、**华为**、**ironSource**、**AppLovin**、**Twitter**、字节跳动旗下穿山甲等全球大型营销服务商保持了长期、稳定的合作关系。