

证券代码：300170

证券简称：汉得信息

上海汉得信息技术股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-004

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（2025 年半年度报告交流）
参与单位名称及人员姓名	兴业证券 蒋佳霖、杨本鸿；财通证券 李宇轩；创金合信基金李晗；东方阿尔法基金 孙振波；东方财富证券 向心韵；方正证券股份 刘蒙；富荣基金 黄津津；广发证券 王钰翔；熙运私募王培；国海富兰克林基金 王志欣；国泰海通证券 朱瑶、杨蒙；国投证券 王永彬、杨楠；华安基金 林海亮；华福证券 王鑫昶、袁家亮；华泰证券 郭雅丽、万义麟；汇丰前海证券 刘逸然、张恒；农银理财 公晓晖；磐厚动量资管 于昀田；青骊资管 翟伊天；厦门中略资管 肖晶晶；古曲私募 袁祥；贵源投资 赖正健；景领资管 黄宪；米牛资管 黄伟；荣晟私募 杨晓丽；申银万国徐平平；同泰基金 孙乐；统一证券 郑宗杰；西部证券 周成；信达证券 傅晓烺、庞倩倩；长江证券 汪中昊；中泰证券 刘一哲；中银基金 张令泓；中邮证券 王思。
时间	2025 年 8 月 28 日下午 16：00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	黄 耿 汉得信息 C00 刘福东 汉得信息董事会秘书
投资者关系活动主要内容介绍	公司于 2025 年 8 月 28 日（星期四）下午 16：00 举行 2025 年半年度报告网上业绩说明会，本次业绩说明会采用电话会议的方式举行，主要内容如下： 1、2025 年半年度整体情况介绍 2024 年，汉得信息近十年坚持自主产品转型战略，自主产品体系进一步完善，平台产品与应用产品齐头并进，从服务型企业转型为“平台+应用”的产品+解决方案的平台化体系化

	公司。同时，依托公司自主产品成熟度的提升及内部管理举措的持续优化，公司经营状况回归到健康经营的轨道，为 2025 年的稳健发展奠定了坚实基础。 2025 年上半年，经过半年攻坚，公司核心经营指标均达成预期——营业收入、净利润、归母净利润及扣非后净利润均实现计划目标，经营性现金流更首次突破单季度转正，这一成果得益于公司始终以“利润与现金流”为经营核心，尤其在黄总牵头强化运营管控与项目收款管理后，整体经营质量显著提升。 费用方面，公司销售费用、管理费用、研发费用的变动均具备合理逻辑： （1）销售费用同比增长近 10%属计划内投入，主要源于上半年用户大会的营销支出，以及对 AI、PaaS 两大战略新兴板块的前期布局投入； （2）管理费用同比增幅较大，核心原因是半年度计提约 5400 万元股权激励费用（剔除该笔非经常性费用后，公司核心利润表现将更为优异）； （3）研发费用方面：产品迭代进入常态化轨道，整体保持稳定。 业务层面，公司在年初分析研判了各项业务的市场需求和行业发展趋势，尤其在 AI 应用方面，公司预判企业级数字化进入深水区，企业级 AI 的需求逐步释放，公司的客户群体将是 B 端 AI 应用的先发者。因此公司进一步确立企业 AI 应用业务、企业级 PaaS 平台业务为新的战略新兴业务，对经营发展策略主动进行了调整，进一步优化调整业务结构，从传统业务释放部分优秀资源向战略重点新业务倾斜投放，以顺应市场变化趋势，助推战略新业务加速前进，各项措施取得了显著的成果。 AI 业务发布“得灵”系列 B 端 AI 产品，构建起覆盖智能
--	--

	体平台、私有模型训练及咨询培训的全链条服务体系，收入首次突破亿元大关达 1.1 亿元；PaaS 平台 H- ZERO 获得超 400+ 头部客户认可，市场化推进进度超预期，目前已联合行业伙伴基于该平台共建数字化智能化升级生态；自主产品业务作为转型核心成果，收入占比提升至 57%，且毛利率同步大幅增长，成为拉动公司整体盈利水平上升的核心动力；传统业务中，ERP 业务收入同比收缩约 5%，IT0 业务基本持平，符合公司向战略新兴业务倾斜资源的整体规划。 从季度表现来看，2025 年一季度公司营收、净利润基本与去年同期持平，二季度各业务线集中发力，成功拉动半年度业绩达标，尤其产业数字化业务表现突出，收入增速、毛利率及业务占比均实现显著提升，对整体业绩的拉动作用尤为明显。 展望未来，公司将持续以“健康经营、高质量发展”为核心目标，聚焦利润与现金流改善，持续加大对 AI、跨平台处理等核心能力的战略投入，同步推进业务结构优化；下半年将重点巩固 AI 战略新兴板块的领先优势，推动海外市场从“服务出海”向“产品出海”的规模化转型，并进一步深化自主产品价值，确保整体经营稳健向上。 问题 1、针对公司 2025 年半年度财务报告所披露的 AI 业务收入情况，其增长态势的可持续性具体表现如何？恳请就上半年 AI 业务的营收规模、项目落地进展及实施成效予以详细说明？同时，能否对汉得 AI 业务的中长期发展趋势及市场潜力作出前瞻性研判？ 近期市场核心关注点集中于算力领域，尤其年初聚焦围绕 DeepSeek 技术构建的生态体系——该技术已为国产算力产业搭建起坚实的技术生态与发展基座。结合客户端反馈及公司研发实践观察，历经上半年 DeepSeek 技术的市场推广与行业认
--	--

	知培育，行业和客户侧已形成深刻共识：AI 大势所趋，需要尽快融合 AI 提升管理运营效率。 具体来看，AI 项目推进模式已发生根本性转变：过往推进 AI 项目时，通常需先从技术层面联动；当前转变为企业核心管理层高度关注并主导推动的模式，呈现显著的“自上而下”推进特征。过往技术推广多采用“自下而上”的路径，而如今企业核心管理团队及运营层面已普遍认可 AI 的战略价值，明确其为必须布局的核心方向，核心诉求已从“是否布局 AI”转变为“如何快速匹配业务场景并实现落地应用”。 预算方面，AI 对于企业数字化智能化升级而言，本质上属于业务增量需求。AI 并非替代原有数字化系统与应用（如 ERP 系统、企业业务管理系统，及覆盖制造、营销、财务、供应链等领域的垂直业务系统），而是依托原有系统的数据运营体系与业务管控逻辑，为业务升级提供赋能支撑。因此，AI 相关投入不会对原有数字化投入形成替代，反而将拓展智能化升级的增量价值空间。 当前客户端已针对 AI 相关投入设立专项预算，部分客户因需求紧迫性，会调整其他领域预算以优先保障 AI 项目推进，进一步印证市场对 AI 增量属性的共识。从公司业务数据来看，上半年 AI 业务营收规模及签单情况均表明，行业 AI 需求已进入逐步释放阶段；预计 2025 年下半年至 2026 年，市场对 AI 软件的需求将保持持续增长态势。公司在该领域已完成长期积累与前期准备，当前在核心能力建设与产品储备层面已具备充分基础；后续核心工作将聚焦于与客户快速推进业务场景共创及项目落地实施，以进一步把握行业机遇。 问题 2、 从公司 2025 年半年度报告可见，上半年利润提升的核心原因是什么？2025 年公司盈利能力实现显著修复的关键驱动因素有哪些？此外，如何看待未来公司利润提升的整体趋
--	---

	势？ 2024 年起，公司已明确将“健康度提升”与“高质量发展”确立为核心经营目标，公司制定了未来 3-5 年逐步推动利润率改善的长期规划，贯穿整体经营战略，业同步分解至各团队的量化经营指标中，形成全员协同推进的合力。 从上半年利润增长的具体驱动逻辑看，核心源于三项关键举措的落地见效：一是自主产品矩阵（含应用产品与平台产品）的成熟度持续提升，客户认可度与付费意愿提升，规模化交付能力效率不断优化，为利润贡献显著正向增量，成为拉动利润增长的核心引擎；二是内部研发与交付效率的精细化优化显著提升效率，公司在 PaaS 平台、低代码平台及 AI 工具持续投入，并始终遵循“内部验证先行”的实践逻辑（即优先在内部场景验证工具与方法有效性，待跑通应用路径后再向客户推广），目前 PaaS 平台（高低代码融合开发工具）及 AI 大模型能力的应用已大幅提升研发效率，交付环节流程优化亦缩短项目周期，间接扩大利润空间；三是依托平台工具与新技术，公司完成交付体系、人员能力模型及方法论的系统性重构并通过前期验证，在 2024 年已在印尼搭建全球化交付中心，国内以上海、西安为核心构建集中化交付体系，两类体系目前均初显成效，通过资源整合与规模化运营进一步降低单位交付成本，为利润增长提供额外支撑。 上述经营策略进入常态化运营轨道，后续公司将沿长期规划持续推进，聚焦企业健康度提升并重点优化利润与现金流指标，聚焦研发体系升级、交付效率提升及整体运营管控，全力保障利润改善目标落地。 公司在 2025 年半年度利润实现阶段性较好增速，为公司中长期战略目标打下良好的基础，经营层面需加强稳健节奏推进各项业务与管理工作；从当前业务进展、效率优化及市场反
--	---

	馈来看，公司逐步趋近目标的可行性已显著提升。展望下半年，公司将延续上半年的核心策略与发展态势，聚焦高价值业务深化、运营效率优化两大方向持续深耕。明年将结合宏观环境变化与内部经营实际进行动态策略调整优化，核心聚焦于利润率的持续改善与提升。 问题 3、汉得一直被业界视为 AI 落地与 Agent 落地的先行风向标。AI 收入达到 1.1 亿元，请结合上半年整体 AI 收入情况，分析当前在推广及智能体建设工作中，需求最为显著的方向。此外，也需进一步探讨：应如何持续巩固在 Agent 领域的行业领先优势？以及当前相关投入的具体情况如何？ AI 业务作为公司核心战略新兴板块之一，是后续整体发展的重中之重，公司将持续保持战略级资源投入。从 2025 上半年业务进展来看，AI 应用场景呈现多域突破态势，核心变化集中于四大业务领域： 营销域作为 AI 业务场景落地的核心先导领域，需求持续旺盛。营销领域因业务模式创新对技术赋能的需求显著，AI 在广告投放优化、用户精准运营等场景的应用，已为客户创造实际业务价值，成为驱动营销域 AI 需求增长的核心动力。 供应链域 AI 需求进入快速释放期。当前供应链体系已突破传统“供产销”单一链路，向全链路协同升级；随着营销侧 AI 应用的规模化落地，供应链域的智能化需求同步崛起，物流协同场景的 AI 改造需求快速增长，成为上半年 AI 业务的重要增长极。 财务域 AI 需求呈现后发追赶态势，进展超预期。随着智慧财务理念的渗透，智能审单、智能审核、智能运营等场景的 AI 应用需求逐步释放；财务域因对数据精准性、安全性要求较高，客户普遍存在定制化模型训练及私有化部署需求，上半
--	---

	年依托 DeepSeek 技术推广及行业教育的深化，该领域需求已实现实质性落地。 电力、公用事业等各个行业的 AI 需求逐步释放。目前这类行业对 AI 的投入力度持续加大，后续场景化落地空间明确，为 AI 业务提供了新增量市场。综合来看，各个领域的 AI 需求在逐步释放，公司对 2025 年下半年 AI 需求持续升温及业务规模扩张抱有充分信心与期待。 基于年初战略预判及当前业务趋势，公司将从三个方面推进 AI 业务深化： （1）研发侧，将持续聚焦 AI 工具、AI 中台、“飞码代码大模型”及智能体的技术迭代，保持高强度、常态化研发投入，确保核心技术能力的领先性；同时建立“客户需求-产品迭代”的快速响应机制，各业务团队与研发团队围绕客户场景化需求开展高频协同，加速智能体的场景化落地进程。 （2）市场开拓，将强化前端赋能，通过技术演示、解决方案定制等方式深化客户沟通，推动销售端与解决方案端高效协同，提升售前服务专业性与客户需求匹配度，进一步扩大市场覆盖范围。 （3）能力建设，推动 AI 技术全面融入公司内部运营体系，围绕销售、交付、研发等关键环节重构人员能力模型，以 AI 工具提升内部运营效率；通过“内部能力升级-客户价值创造-需求反哺技术迭代”的正向循环，构建 AI 业务发展的飞轮效应，实现公司与客户的协同增长。 提问 4、近期国家和上海地方都密集发布了 AI 相关政策，包括《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》和《上海市加快推动“AI+制造”发展的实施方案》，请问公司如何看待这些
--	--

政策对业务落地的影响？哪些行业和场景可能带来机会？

国家和地方的 AI 政策明确了产业发展的方向，尤其强调实体经济中的场景化落地，汉得在制造、物流、供应链等领域的优势高度契合。汉得将继续聚焦自身擅长的业务领域，对产品能力、技术研发和交付能力进行战略性投入，同时结合政策方向进行前瞻性布局。在客户合作方面，汉得将借助自有企业级 PaaS 平台（H-ZERO）和 AI 中台，与客户联合共创企业级应用，推动标杆案例落地，帮助客户在各行业成为政策导向下的示范企业。此外，公司将稳扎稳打，优化服务流程，确保政策红利转化为实际业务成果，形成正向循环，推动自身与客户共同成长，实现长期共赢。

提问 5、公司披露 2025 年上半年 AI 收入约 1.1 亿元，该收入的结构是什么样的？Agent 占比多少？企业级 Paas 平台（H-ZERO）产生的收入包括在 AI 收入中吗？该平台的商业模式是怎么样的？

2024 年我们 AI 收入约 7800 万元，AI 中台和 Agent 的收入大约各占一半。而 2025 年上半年，约 1.1 亿元的 AI 收入里，Agent 的收入占大半，因为客户在启动构建自身 AI 体系的时候，AI 中台是必需品，即一次性购买了 AI 中台，后续在建设 AI 体系的过程中会不断地增购 Agent。

根据我们粗略的统计，2025 年上半年 AI 中台收入约 3000 万元，Agent 收入约 8000 万元，Agent 收入同比增长幅度较大，也是在我们的预期范围内，估计下半年 Agent 收入和 AI 中台收入的差距会拉开更大，Agent 收入的增长会大大超过 AI 中台收入。

去年大部分企业客户都还没有完全启动建设 AI 体系，AI 主要还是聚焦在大消费领域，但是今年各行业的企业客户齐头并进地开始引入 AI，比如各行业的头部企业以及部分综合性

集团公司会有迫切的需求去解决自身的财务问题，那就需要采购我们的 Agent。当然，汉得会通过服务一批头部大客户来获得一定的认可度以形成优秀的案例，在此基础上去推广我们的服务，为更多的客户带来真正的价值。

企业级 Paas 平台（H-ZERO）的收入不包括在 AI 收入内。最初 AI 中台是企业级 Paas 平台（H-ZERO）的一部分，2023 年决定重点发展 AI 后，AI 中台被单独拎出来做成了一个独立的产品。企业级 Paas 平台（H-ZERO）还在持续地发展，是我们在行业相对领先优势的护城河。

企业级 Paas 平台（H-ZERO）的商业模式现在暂时以 License（买断）结合每年约 10%-15% 的 MA 收入为主。越来越多的客户接受 SaaS 订阅费式的付费方式，即产品本地部署，客户每年支付约 1/4（或 1/3）一次性买断的订阅费，一种类 SaaS 的模式，后续会持续推广订阅模式。

生态合作模式，自去年起，已与一些在市场定位上与汉得互补的生态伙伴成功实践了创新的合作模式。合作伙伴体量小，需要成熟稳定的 PaaS 平台来支撑应用产品开发，自身难以承担巨额的研发成本。针对这一痛点，生态合作模式在 PaaS 平台之上构建开发应用产品，采用“收益分成”制——合作伙伴每售出一套利平台开发的应用，支付一定比例的分成。对于汉得而言，巩固生态联盟，同时开辟一个极具潜力的长尾收入来源，为未来的增长提供了新的可能性。因此，后续持续推动。

HZERO 平台今年有近 400+ 头部客户使用，近 10% 的渗透率。去年约 200+ 客户，统计相对保守。众所周知 HZERO 是汉得所有应用产品的底座，所有购买了汉得应用产品的客户，相当于购买了“轻量版”的 HZERO，这部分客户是转化率相对高的蓄水池，约 1000+ 客户未来可持续开拓。

提问 6、汉得交付给客户的产品，是否主要是通过将通用大模

	型与汉得自有的垂类模型结合起来形成的混合 Agent？在实际应用中，面对不同领域和复杂场景，公司如何通过打造垂类模型和组合多种工具来提升解决问题的能力 and 客户价值？ 以往大家基本是使用公有模型进行实验，但近半年来，市场对模型的精准度、数据安全性有了更多的要求，从而就有了各个领域的垂类模型的出现。汉得在 3 月份发布得灵系列产品后，我们在持续打造及完善物流大模型、锂电大模型等垂类模型，甚至将来会有辅助企业内部运营的垂类大模型诞生。汉得已经拥有成熟的训练垂类模型的结构框架及方法论，同时我们技术团队也给自身搭建了能力模型以提高开发效率。 从企业客户角度来看，客户最关心的是如何把问题解决掉。从目前的实践来看，未来会有更多的混合模型在应用场景落地。问题越复杂，解决方案就需要越全面，就需要把多种工具有机地结合在一起来解决问题。这种情况在工业端十分明显，大模型确实解决了工业端大部分的问题，在某些问题仍需结合传统的机器学习类工具来解决。因此，聚焦问题有机地结合多种工具，真正地形成一个全面的解决方案从而帮助到企业，汉得未来也会和各个领域的合作伙伴保持互动，来丰富我们组合式的解决问题的手段，为客户带来更多的价值。
附件清单(如有)	无
日期	2025 年 8 月 28 日