

每日互动股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-006

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（ ）
参与单位名称	北京国际信托、创金合信基金、东吴证券、非马投资、共青城鼎睿资产、观升私募、光大证券、广发证券、国金证券、国泰海通证券、国投证券、国元证券、华泰资管、华鑫证券、健顺投资、江岳私募、金库骐骥、克瑞德基金、乐信投资、理成资产、路博迈基金、南京问源、尚诚资产、天风证券、五地私募、源卓资产、粤佛私募、长城证券、长江证券、肇万资产、正圆私募、中略投资、中信建投证券、中信证券、中银基金等
时间	2025 年 11 月 4 日
地点	线上交流
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理 方毅 副总经理、财务负责人 朱剑敏 董事、首席 AI 官 董霖 副总经理、董事会秘书 王冠鹏
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司介绍 公司前三季度营业收入平稳微增，营业成本有所增加，主要原因一是公共服务数盘类项目验收，人力成本在本期结转；另一方面是公司数据资产摊销的增加。费用侧总体平稳，其中销售费用、管理费用微增，变化不大，总体研发投入保持强度，占营收比重超过 30%。同时，公司在 AI 领域的探索也取得了阶段性成果，截至 2025 年 9 月 30 日，公司累计的 AI 相关合同额超过 1,300 万元。另外，公司的再融资已经获得深交所正式受理，再融资募投项目会进一步强化在 AI 领域和发数站战略的落地。 从投入端来看，今年 DeepSeek 的爆发给行业带来了巨大的机会，公司快速成

立人工智能事业部，新设首席 AI 官（CAIO），在总体人员不扩大的情况下从内部调配力量，目前人工智能事业部已有 60 人左右规模。7 月份，公司发布了 GAI 系列人工智能战略，并推出其核心产品——个知·智能工作站（GAI Station），11 月 6 日（本周四）公司将举办一场 AI 共创会，分享公司在 AI 领域的实战成果，对于 AI 产品研发，公司要求必须以极致的体验、最高的标准进行落地，要呈现出行业领先的效果。此外，公司“发数站”战略持续推进，近期公司拟与济南大数据集团和神思电子设立合资公司，推进城市级发数站建设，公司在电信运营商、卫星遥感等领域积极探索行业级发数站落地。

总结来看，公司 DI 业务稳步进行，AI 业务未来可期。近日，公司的生态合作伙伴明略科技在港股上市，涨势很好，看得出来市场对数据智能产业的热情高涨。对公司来讲，公司最核心的是数据基因，业务主要围绕着数据展开，因此我们在 AI 方面也更加强调应用落地，而落地的抓手就是让 AI 把私有数据用起来，让用户用得起、又用得起来。

按照 30 年的发展尺度来看，互联网行业的发展过程覆盖了 1990 年至 2020 年的 30 年，第一个十年以 PC（个人计算机）为主导；第二个十年是以 PC 为设备终端服务互联网；第三个十年就是移动互联网，实现服务随身性。我们认为 AI 现阶段的发展类似于 95 年的互联网行业，当下的十年是人机对话完成图灵测试阶段，下一个十年是以具身智能为代表人机共存，第三个十年将会是人机共体。

基于上述判断，公司会按照“标品、标类、标杆”的“三标”策略推进 AI 落地，像写作助手、会议纪要、智能问答等办公的需求，公司要做成标品，也期待未来作为销售主力；针对垂直领域，公司会和行业伙伴进行共创，目前覆盖了财务、研究、法律等重点行业；对于大型客户，公司将打造标杆式的样板案例。就像 95 年普通人无法深度使用 PC 一样，我们判断 GAI Station 也需要培训，因此公司专门提供一幢楼的场地打造共创院，打造 AI 共创生态，让 AI 真正在产业和业务中落地。目前第一期 AI 共创班已经开讲，共创方式按照 AI 的“认知（Awareness）、突破（Breakthrough）和共创（Co-Creat）”的“ABC”模式展开，效果非常好，能够让普通人可以通过 Dify 等方式自行 AI 化 workflows，让大家真正体会到 AI 的强大。

二、问答环节

问 1：公司披露的 AI 业务累计合同金额超过 1,300 万元，主要构成是什么？成

体量的落地机会在哪里？具体有哪些可标准化和可复制起量的机会？

答：公司所有业务均属于泛人工智能（AI）范畴，具体为人工智能中的数据智能（DI）。2019 年，公司在上市时，对“数据智能”的描述为“吃下去数据，吐出来是智能”。今天谈的人工智能业务，是基于大语言模型之上更为具象的业务。

公司与人工智能相关的业务按照软件、硬件、数件这三大逻辑依次拓展。在这 1,300 多万元的合同金额中，大部分为 AI 软件类合同，小部分为 AI 硬件类合同。

公司业务先行发展的是软件，大部分合同与软件相关。例如，以公共服务中的垂类分析为例，以往公司运用目标群体指数（TGI）等方法进行数据分析，在引入大语言模型能力后，在语言类报告分析方面取得了很好的成果，另外 AI+Agent 在公共服务上也有很好的产品效果。

其次，部分服务的客户购买偏好倾向于硬件。公司硬件业务刚刚起步，期待四季度实现飞速发展。公司正探索采用“云、边、端”协同的方式开展硬件业务，这种方式既能提高效率、降低预算，又能确保安全性。近两个月，我们明显感受到客户从原本的观望态度正转变为积极行动。公司具备开展硬件业务的基础，公司创始人早期创业时是做手机备份通讯录的充电器，之后有一段时间未涉足硬件领域。近期公司也补充了在硬件领域经验丰富、熟悉渠道运作、供应链管理和品质管理的相关人员，我们对后续 GAI Station 起量抱有很大预期。

最后，市场对数据拓展存在需求，公司在今年也将“发数站”作为重点战略进行拓展。

从今年情况来看，人工智能业务对公司财务利润的贡献会很有限，但期待明年业务量增长对公司营收产生显著贡献，后年能对公司利润产生显著贡献。

问 2：公司 AI 业务更偏互联网式的营销和打法，更关注客户覆盖量和销售收入，公司长期的商业模式如何设计？特别是铺硬件后，公司持续性的收益如何体现？同时，数据和 AI 的关联度非常高，公司作为一家数据智能企业，如何用数据能力在企业级 AI 应用市场上做大做强？

答：公司 AI 业务以“标品、标类、标杆”的“三标”策略去落地。标品目前主要指人工智能标准化产品——一个知·智能工作站（GAI station）。GAI Station 定价 9.8 万元，包括硬件和 3 年大模型使用费。出货量增加会带来用户覆盖量和收入的增长，硬件短期来看内存涨价厉害，但硬件是有摩尔定律的，硬件在起量后也会有利润产

	生；大模型使用费在量起来之后也是有毛利的；还有第三块收入，当有足够的工作站被点亮后，公司能成为一个重要企业服务渠道，能从其他第三方服务中去分利，类似收“苹果税”，这是公司未来考虑的商业模式。 标类指公司与垂直行业客户共创，结合公司在数据智能和人工智能领域的优势，和行业伙伴的特性需求，共同打造垂直行业专属的 AI 应用，售价在 20 万-50 万区间。 标杆即为公司与有强烈 AI 化升级需求的大型客户合作探索，共同打造标杆式的样板案例，合同金额在 50 万-500 万之间。标杆更强调共创，比如客户愿意投入 500 万，我们也愿意配套 500 万投入，共同把一个值得做的垂直领域做透彻。比如，公司和某专做高压线铁塔的大型企业共创，把二维图纸转拓成三维图纸。当这个标类工作站打磨完成之后，公司在提供铁塔设计解决方案的时候，就会把这个数据集一起打包，低成本解决问题。所以其他公司更多是做通用型的企业级 AI 应用，公司是叠加了数据能力，数据是存在公司基因里的，我们倡导“无数不智”。 三、总结 首先，公司的主营业务还是 DI（数据智能）业务，数据是我们的基因。公司一直坚定沿着“自数-治数-置数”战略推进，第一个是自己的数据，第二个是帮助别人治理数据，第三个叫“置数”，是数据的加工贸易业务。AI 这一波的快速发展是给我们提供了非常好的工具，使我们更便利地贯彻“让数好用，把数用好”这个理念。从 DI 拓展到 AI，对我们来说是一脉相承发展过来的，不是战略方向的跳变。 其次，从产业化落地来讲，AI 真正的落地，业务的起量需要一个过程。在业务赋能方面，我们坚持的方向一定是共创，业务形态上公司会按“三标”策略进行 AI 商业化，即“标品、标类、标杆”，公司会积极抓住人工智能发展带来的重大历史机遇。
附件清单 (如有)	无
日期	2025 年 11 月 4 日