

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：2024-001

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	来自中金公司、中信证券、兴业证券、国盛证券、东方证券、申万证券、东吴证券、华泰证券、民生证券、广发证券、海通证券、中信建投证券、招商证券、天风证券、国信证券、财通证券、东北证券、华创证券、开源证券、德邦证券、国金证券、国投证券、Morgan Stanley、JP Morgan、UBS、Citi、Jefferies、BofA Securities、Alliance Bernstein、华夏基金、中欧基金、永赢基金、民生加银基金、博时基金、嘉实基金、银华基金、富国基金、华安基金、华宝基金、博道基金、国泰基金、平安养老保险、淡水泉、彬元资管等机构近 500 位分析师与投资者。
时间	2024 年 3 月 22 日 16:00
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、高级副总裁毕晓存女士、高级副总裁姜志强先生、副总裁兼财务负责人崔研女士、董事会秘书潘磊先生
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、在国内 AI 大模型喷涌的环境下，如何看待大模型、算力进展对 WPS AI 的支撑力度？</p> <p>答：过去一年来国内大模型的进展非常快，目前国内可能缺乏像 GPT 这种综合实力强的大模型，但能在某些专业方面做到极致。所以我们把不同的应用场景分流到不同大模型，基于此也能做出超出我们预期的效果，这是目前适合我们的发展思路。同时，我们自己也会做小的垂直模型，例如表格场景中的写公式等功能，这些是我们更擅长的领域，其余大部分功能还是会分流到合作的大模型厂商。</p> <p>算力方面基本没有受到限制，能够满足我们产品研发和运营的需求。另外，我们内部也一直在做算力优化，我们认为算力不会是主要瓶颈。</p> <p>我们相信国家未来在战略布局上也会出台新的政策，预计对 AI 产业发展会有很大帮助。整体来说，虽然困难重重，但在我们和国内大模型厂商的通力合作下，我们也可以走出一条适合中国企业发展的道路，我们比去年更有信心。</p> <p>2、对国内大模型未来在技术上的进展有什么期待？</p>

答：我们认为目前国内的大模型文科能力较强，在文档理解、内容生成等场景有望逐步赶超 GPT4，但理科的逻辑推理能力有待加强。当然，最近几个月我们也看到了一些国内厂商大模型的理科能力有所突破。后续我们也会推进具有逻辑推理能力的应用在企业侧的具体落地。

### 3、如何看待和底层大模型厂商在办公领域的竞合关系？

答：因为我们自己不做大模型，长期还是与行业内优秀的大模型公司合作。我们的优势在于办公场景的长期用户积累，并且我们在办公场景的 AI 能力开发速度和适配会更快。

### 4、大模型的能力一直在进化，根据场景选择分流的模型会因大模型能力改变而更换吗？

答：切换成本是比较高的，事先需要通过一系列测试，所以我们通常会先观察一段时间，综合评估后再更换。但切换模型的过程对用户来说是无感的，所以我们会尽可能在成本可控下给予用户最好的体验。

### 5、如何展望 2024 年 WPS AI 研发和商业化的节奏？

答：WPS AI 总体上一直沿着 AIGC、Copilot 和 Insight 三个方向持续迭代，接下来我们会通过用户的反馈来持续迭代这三个方向的能力，另外也正在规划新功能。目前我们已有定价方案，近一两周逐渐开始做灰度测试，加快 AI 的商业化落地进程。

### 6、C 端 AI 的定价策略如何？

答：定价策略上我们参考了国内大模型产品的定价，也考虑了成本因素。我们会员体系将进一步升级为超级会员、AI 会员、大会员（超级会员+AI 会员+更多权益），权益主要覆盖我们既有的三个 AI 方向的功能，未来也会持续增加更丰富的会员功能。目前仍然是用户培育期，希望先让更多用户把 AI 功能使用起来。

### 7、WPS AI 公测时期用户使用情况如何？

答：从公测数据来看，大部分用户对 AIGC、写公式、文档问答等功能都很感兴趣。从人群来看，公务员、教师、学生、制造业等行业用户较为典型。这几个月以来，用户的问答频次、使用粘性一直在上涨。我们希望通过持续迭代 WPS AI 中活跃度高的功能，逐步提高用户粘性。

### 8、表观上看，AI 开始公测后 PC 端的月活上升了，是否说明 AI 功能对 MAD（月活设备数）有带动作用？

答：一方面是 AI 的带动，因为 AI 更容易让用户产生粘性。其次，整体产品迭代和会员体系升级都有带动作用，我们认为 MAD 的上涨是综合因素带来的结果。我们也会利用好 AI 对 MAD 的正向作用，希望今年月活也会有较快增长。

### 9、去年 C 端会员体系升级后，升级情况如何？

答：我们认为去年升级后的会员体系只是 1.5 版本。今年随着 AI 会员定价，整体升级到 2.0 版本。从财务数据来看整体会员体系升级比较成功。对价格敏感度不高的用户升级比例较高。对价格敏感的用户，我们去年希望

先通过权益包形式打动用户,也带来了一些成效。今年 AI 会员正式推出后,会通过更多的免费体验形式让用户深刻体会到 AI 对办公效率的提升,从而吸引用户购买会员。

**10、B 端 AI 产品主要会专注于什么场景?**

答: C 端用户主要集中在办公效率、内容创作等场景, B 端客户的使用场景则完全不同。企业更专注整个公司的运营效率、自动化、数据处理、数据资产管理等与业务强相关的场景。我们从去年 Q3 开始和客户共创,探索 B 端的应用场景。

**11、B 端 AI 方面目前在央国企领域进展如何?**

答: 央国企对安全管控、效率提升比较看重,目前金融行业已有案例落地。今年我们会继续保持和央国企、党政客户做共创,根据他们特定的使用场景来做研发。

**12、B 端 AI 如何解决企业场景定制化需求的问题?**

答: 目前国内的大模型能力还不足以满足 B 端客户的所有需求,核心的需求主要是赋能业务。我们目前会先完成客户一些可实现、合理的需求。与客户共创期,我们可能会给企业做轻量定制化,最终还是希望产品能够标准化、行业化。

**13、在为 B 端客户做私有化部署时, AI 算力上的解决方案如何?**

答: 我们前期会先做调研,了解客户已有的算力情况。另外, WPS AI 的私有化部署对算力要求并没有大家想象的那么高,现阶段我们会首先选择有算力预算的客户去落地。

**14、为 B 端客户做 AI 方面的私有化部署,是用户来选择大模型还是我们选择?**

答: 目前国内能做私有化部署的大模型可选项并不多。我们后续推出的企业版 AI 产品会有 GPT? Hub 功能,可以让用户做到开箱即用,用户选择哪家模型我们都可以帮他们接入。

**15、海外 AI 的进展如何?**

答: 今年我们会将国内相对成熟的 AI 功能应用到海外版本,未来海外版本的 AI 功能成熟之后也可能将其应用到国内版本。目前在国外的推广进展顺利。

**16、在 All in AI 后,如何展望未来的费用和毛利率水平?**

答: 最初 AI 的费用确实很高,但在我们做了算力优化之后,费用已经下降到可控水平。除了文生图、文档问答等功能, C 端大部分的场景费用都比较可控。同时, AI 的费用和收入是正相关的,费用的增加一定会带动收入,预计未来毛利率也不会有较大波动。

**17、在去年 AI 研发投入加大的情况下,研发费用占比下降是什么原因?**

答: 我们的研发费用率其实一直比较稳定的。这两年公司招聘策略有所改变,从社招转向应届生招聘为主,研发费用率有所下降。公司的研发费用

率和利润率未来预计也不会有大的波动。

**18、广告业务关停对收入的影响如何？**

答：因为我们这几年一直逐步缩减广告收入，所以去年广告收入占比已经很低。今年我们预计海外业务的收入增长可以弥补广告收入，所以对收入不会有太大影响。