

证券代码：688369

证券简称：致远互联

北京致远互联软件股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-002

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（线上会议、策略会）
参与单位名称	民生证券、创金合信、华福证券、华夏财富创投、德邦证券、青岛普华投资、博时基金、华安证券、国金证券、开源证券、征金资本、摩根士丹利、海通证券、海南善择基金、大道兴业、华安证券、国投证券、光大证券、国盛证券、中泰证券、丞毅投资、胜百投资、西部证券、北信瑞丰、汇丰前海、东方证券、中庚基金、申万菱信、鸿运基金、上海湛盈、西南证券、中信证券、光大证券、德邦证券、合道资管、国泰君安、中金国际、信达证券、兴合基金、中信建投、广发证券、生命保险、信达证券、华泰证券、源乘投资、中邮证券、圆合金融、朴信投资、国元证券、长城财富、横琴淳臻、东兴基金、朵娜创梦投资、南银理财、昆仑保险、和谐汇一、云杉投资、深圳尚城、循远资管、丰仓基金、青竹基金、弘则弥道、千合资本、润桂投资、双木投资、中金国际、汇华理财、金股证券、杭州锦成盛、牛乎资管、睿融基金
时间	2024年01月01日-2024年01月31日
地点	公司办公楼M座及线上电话会
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 段芳 央企事业部总经理 刘亦然
投资者关系活动主要内容介绍	一、介绍环节： 公司于1月31日披露的业绩预告显示，公司2023年度约有3700万到2500万的亏损，主要原因主要是： 1、公司营业收入增速未达预期：受宏观经济环境等因素影响，预计实现营业收入同比增长8%至10%，但期末在手订单较同期增长超20%。

2、期间费用上升：2023年初，公司拟定的经营目标较乐观，因此持续加大投入研发以提升产品竞争力，并积极开拓市场，导致期间费用较上年同期增加较多。

报告期内，公司全年合同签约金额同比增长超 20%，签约数量同比增长约 15%，其中新客户合同签约金额同比增长超 28%，老客户合同签约金额同比增长超 16%。头部客户市场占有率提升较快，其央企合同签约金额增长超 35%，百万级以上合同签约金额增长超 48%，信创合同签约金额增长超 64%，其中行业信创合同签约金额增长超 95%。

新一代协同运营平台（COP-V8）自 2023 年 5 月商业化运营以来，合同签约金额超 9000 万元，签约了包括长江电力、北汽集团以及深圳证券交易所等客户。公司坚定执行 AI-COP 发展战略，聚焦客户应用场景需求，通过“自研、合作、孵化”三管齐下，实现产品战略升级。

3、减值损失的影响：2023 年，部分客户的回款低于预期，按照公司的会计政策计提的信用减值损失较上年同期增加较多。

4、非经常性损益的影响：2023 年，公司符合损益确认条件的政府补助低于上年同期。

二、问答环节

问题 1：2023 年信创方面订单增速非常快，主要的来源或支撑

第一是金融行业，比如券商，基金公司，保险以及商业银行，在金融信创相关政策的推动下，公司经过几年的经营积累，有了比较深厚的经营底蕴和客户群体；第二是政府信创，主要包括电子公文，会议文档、涉密办公平台的替代和升级以及场景应用；第三是国央企信创，近两年在这方面政策的推动下，都相对严格的在建设和执行，今年公司签约服务了中国建材、中国航材，中国矿产资源，南水北调等国央企或省市属国资。

问题 2：关于 AI 应用产品未来的展望

2023 年年初公司开始投入 AI 应用产品的研发。主要包括三个方面：一是 AI 工作助手，依托于大模型去完成目前产品能力的提升，例如内容生成、问答等交互体验改善等，可以基于公有云和专属云部署，提升产品的竞争力；第二类基于当前主流的商用和开源大语言模型，利用公司在协同办公领域积累的管理类数据和客户行业数据，对其进行微调和私训，为客户提供企业私有化的模型定制化开发、部署和配套应用；第三是 AI 原生的产品，主要是 AI 工作站和智能表单。

问题 3: 公司新一代协同运营平台 COP-V8 相关的研发及商业化进度

COP-V8 是在 2019 年规划，2020 年正式投入研发，到 2023 年已经完成平台建设期，后续主要进入升级和迭代。自 2023 年 5 月正式运营以来，合同签约金额已经实现超 9,000 万。目前，COP-V8 商业模式主要包括三类，第一类是面向高端客户直接销售，除了产品功能外，更重要的是将平台能力赋能给客户平台，例如低代码平台、流程平台，门户平台和集成平台等；第二类是 ISV 模式，主要是面向生态伙伴的客群销售，例如行业伙伴、集成商伙伴或运营商伙伴，使公司的生态伙伴可以为其客户构建新的应用；第三类是“inside”的模式，该模式下主要给数科公司、数产公司等提供平台和底座能力，使其服务于其纵深客户。

问题 4: 关于 2024 年的展望和计划

2024 年，基于对行业研判、公司整体运营情况及战略部署，公司未来发展仍充满信心；2024 年，公司将以“客户化经营、效益化增长”为指导思想，围绕平台化经营、生态化发展的战略目标，更聚焦、更聚力、更高效。公司聚焦客户化经营，已完成组织架构的调整，一是成立中端事业部，聚焦中型、中小型客户群体，以 COP-V5 精品化为核心，实现中端客户市场的规模覆盖；二是成立高端事业部，聚焦大型、集团型客户，精准发力，构建 ISV 生态和“inside”模式，专业化经营实现高端客户、行业和领域

	市场的覆盖；三是成立央企业务单元，战略加强国央企客户价值化持续经营；另外，效益化经营政务事业部，聚焦发力产品和解决方案，加快推动公司化发展。
附件清单（如有）	无
日期	2024年02月02日