

上海新致软件股份有限公司

投资者关系活动记录表

股票简称：新致软件

股票代码：688590

编号：2024-001

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称	公司参加了东方证券证券组织的策略会、申万宏源证券组织的策略会、长江证券组织的策略会 鹏华基金、海富通基金、银河基金、国泰基金、浦银安盛、交银施罗德基金、玖鹏投资、鹤禧投资、复星投资、海通资管、鲁信创投、远桥资产、国泰君安证券、华安基金、东海证券、磐厚动量资本、蓝墨投资、国泰基金、申万菱信基金、路博迈基金、东海基金、融通基金、山西证券、长信基金、西部利得、弘毅远方、大箐资管、天治基金、国君资管、平安资管、华泰证券、申万宏源证券
时间	2024年5月
地点	上海、北京、成都
上市公司接待人员姓名	董事、董事会秘书：金铭康先生 技术总监：虞力先生 汽车业务负责人：杨东房先生
投资者关系活动主要内容	一、公司董事会秘书金铭康先生介绍了公司基本情况、公司发展战略规划及近期主要工作的进展情况。

<p>要 内 容 介 绍</p>	<p>公司实现营业总收入 16.83 亿元，同比上升 27.92%；利润总额 7,305.56 万元；归属于上市公司股东的净利润 6,861.52 万元；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 4,326.60 万元。其中，可转债利息共计 3,327.35 万元，剔除可转债利息影响后的归属于上市公司股东的净利润 10,188.87 万元；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 7,653.96 万元。</p> <p>在人工智能领域，2023 年生成式 AI 技术飞速发展，利用该技术赋能客户各类应用场景成为了软件市场重要的驱动力。AIGC 在提升多模态数据处理能力、交互系统升级、辅助决策、自动化开发和代码生成等方面，给行业应用软件更深入解决客户不同应用场景的智能化需求提供了应用前景。</p> <p>公司在 2023 年上半年推出智能比翼、智能培训、认知搜索等多款产品的基础上，下半年自主研发了新致新知人工智能开发平台，并用 AIGC 技术升级了原有产品，形成新的 ACE 产品线，新致新知人工智能平台是一个将 AI 与企业数据、逻辑和行动系统连接起来的平台，帮助客户快速完成相关应用流程的搭建；ACE 产品线分别指的是 Agent 类产品，即营销代理类，包括了知识问答、产品比对、智能助理等；Client 类产品，即客户服务类，包括了理赔客服、团购客服等；E 类产品，即企业内部服务类，包括核心业务服务、内部管理、知识管理、AI 数据中台等。</p> <p>二、交流沟通</p> <p>1、公司汽车业务介绍，汽车业务全年的预期如何？</p> <p>回答：在汽车领域，公司主要向整车厂及经销商提供后市场信息系统、经营管理系统等细分领域。汽车行业存在客单价高，销售</p>
------------------	--

过程需要强管控等特征，是营销管理系统应用较为广泛的行业。深度耦合用户生命旅程价值链，布局多维度的数字化营销触点。其中公司的 DMS（经销经营管理）系统应用于国内多家整车厂。DMS 系统包含整车厂客户全生命周期管理，从销售线索-客流-销售机会-试驾-订单-成交-预约-维保-客服-二手车等，体现出系统管理的精细化、智能化水平。

今年公司汽车信息化业务主要侧重在经营管理系统出海及 AI 应用上，从 1 季度的情况来看实现了一定的增长。

2、公司新发布的产品智能工牌具体情况介绍？

回答：新致智能工牌的核心价值在于智能化全量来访数据分析。通过佩戴轻便的工牌，销售人员接待顾客的过程将更高效。新致智能工牌现阶段应用于汽车销售、售后服务、市场营销等领域。除了基础的语音识别功能，还包括了实时过程管理：内部系统全面互通，接待过程透明可溯源；全局潜客管理：接待标准统一化，接待数据细化分析，可快速定位问题；团队能力提升：通过数据应用与指导，可以发现优秀案例，树立标杆，优化内部培训体系，提升团队能力。近期，该产品已与大型 4s 经销商集团完成签约，初步部署了近 50 家门店。

3、请教一下该产品市场前景如何？

回答：现阶段，在汽车行业主要应用于 4S 店的营销管理，根据相关统计全国 4S 门店近 35000 家。除汽车服务场景有实际的业务落地外，公司积极探索该产品在银行、保险领域的应用落地。金融行业的营销过程存在较多的风险控制点，原有的类似产品主要突出了对风险事项的事前预防和事后监管，该产品能实现对事

	中过程管理。上述几大行业的营销场景属于公司原有产品的主赛道，不论是行业认知、客户关系、研发实力，公司均具有很强的竞争力。
附件清单 (如有)	无
日期	2024年5月