

证券代码：000409

证券简称：云鼎科技

云鼎科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-02

日期：2025 年 4 月 9 日

投资者关系活动类别	<div><input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研</div> <div><input type="checkbox"/> 分析师会议</div> <div><input type="checkbox"/> 媒体采访</div> <div><input type="checkbox"/> 业绩说明会</div> <div><input type="checkbox"/> 新闻发布会</div> <div><input type="checkbox"/> 路演活动</div> <div><input type="checkbox"/> 现场参观</div> <div><input checked="" type="checkbox"/> 其他（进门财经）</div>
活动参与单位名称及人员姓名	海通证券：杨林、宋亮，渤海证券：伊晓奕，长信基金：齐菲，PleiadInvestmentAdvisorsLimited：孫洋，巨杉投资：曾梦雅，上海途灵资产管理有限公司：赵梓峰，青骊投资：袁翔，征金资本：谢丰
时间	2025 年 4 月 9 日
地点	进门财经
形式	线上调研
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：向瑛 证券事务代表：贺业峰 投关经理：董晓婕
交流内容及具体问答记录	<div>1. 公司 2024 年度业绩高增长的原因？</div> <div>答：2024 年度公司归母净利润实现高增长主要原因为： （1）公司积极拓展工业大模型相关应用服务和智能矿山业务； （2）公司完成收购控股子公司北斗天地股份有限公司少数股权，公司持有北斗天地股份有限公司股权由 68.35%提高至 95.34%；（3）公司完成转让山东兖矿国拓科技工程股份有限公司 90%股权；（4）公司积极争取政策奖补资金。</div> <div>2. 公司 2025 年度关联交易如何展望？</div> <div>答：公司于 2025 年 1 月 25 日披露了《关于 2025 年度日常关联交易预计的公告》，公司预计 2025 年度与各关联人签订日常关联交易合同金额为 14.58 亿元，预计日常关联交易发</div>

	<p>生金额（即确认收入和产生成本、费用金额）为 13.26 亿元。其中：销售类日常关联交易预计 2025 年度签订合同金额为 14.24 亿元，预计确认收入金额为 12.44 亿元。销售类日常关联交易 2024 年度公司实际确认收入金额为 10.64 亿元。公司 2025 年日常关联交易实际完成情况尚需根据本年度各项目具体进展情况确定。</p> <p>3. 公司在人工智能应用业务方面的具体进展情况？</p> <p>答：公司与合作伙伴持续深化大模型技术在工业应用的合作，聚焦能源行业，解决行业痛点和难点。截至目前，已累计孵化 110 余类成熟场景，覆盖煤炭、化工、电力、钢铁、油气等行业，并已完成自有 L1 大模型迭代升级，已在内外部 70 余家单位落地应用。2024 年，公司签订 AI 业务合同金额达 2.56 亿元。</p> <p>4. 公司在人工智能业务方面后续有什么规划？</p> <p>答：公司将聚焦核心业务和客户需求，坚持实际、实用、实效原则，纵向挖掘煤矿行业各应用场景专业价值，加快打造专业的系统性人工智能解决方案；横向生态扩展，将煤矿领域验证成熟的解决方案向化工、电力新能源、钢铁等产业延伸。同时，打造化工行业大模型，研发高价值应用场景，推进大模型在化工行业中的应用。</p> <p>5. 在行业竞争加剧的情况下，公司有哪些独特的优势？</p> <p>答：我们具备三个方面优势：一是具有细分领域领先地位。多年来持续深耕能源科技领域，连续 3 年位列中国煤炭行业信息技术企业 20 强。二是具有丰富的场景优势。云鼎科技作为山能集团唯一的信息化技术服务公司，充分利用山能集团应用场景多、技术服务面广等优势，深耕矿山、洗选、化工、电力新能源等能源行业智能化建设细分领域，能够为能源行业信息化、数字化、智能化建设提供可借鉴、可落地、可推广的全栈解决方案。三是具有双跨业务专家优势。公司拥有解决方案专家、工业智能技术专家、能源行业业务专家等 960 余名，占公司总人数的 79%。我们融合能源行业技术人才、IT 技术人才叠加优势，运用丰富的能源行业人工智能项目落地实践经验，能够为客户提供高度定制化、切实可行的智能化解决方案，研发出更能解决能源行业痛点问题、更具应用价值的产品，赋能能</p>
--	--

	<p>源行业数字化转型发展。</p> <p>6. 公司在市场开拓和市场营销方面有什么具体举措？</p> <p>答：公司将加快布局大营销战略，加快构建产业链营销纵线、区域协同营销横线“纵横一体”的大营销生态。一是实施一体化营销。组建市场营销中心，建立区域营销体系，统筹市场开拓、客户管理及研发、交付、运维，打造敏捷高效营销格局；积极构建公司自有产品代理、经销商等销售渠道，拓展客户生态，形成统一营销网络。二是建强市场营销团队。加大资源型人才引进力度和现有销售人员的培训力度，健全高绩效、高激励、强考核机制，加大销售人员激励引导力度，构建精干、高效的营销团队。</p> <p>7. 公司在人员规模和结构上有什么具体规划？</p> <p>答：截至 2024 年底，公司员工总数为 1213 人。公司将更注重引进紧缺急需的中高端专业研发、技术人才和销售人才，形成公司技术领先的核心优势，2025 年公司员工总量控制在 1360 人左右。</p> <p>8. 公司在资本运作方面有具体规划吗？</p> <p>答：公司坚持内生增长和外延并购双轮驱动发展理念，持续加强新技术、新产品的研发和应用、市场开拓等提升公司经营业绩和核心竞争力，同时主动贴近前沿科技企业，积极寻求符合公司发展战略的优质资产，实现补链强链，不断完善优化公司产业布局。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件	无