

证券代码：300170

证券简称：汉得信息

## 上海汉得信息技术股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2026-001

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（2026年汉得信息用户大会之投资者关系专场交流会）
参与单位名称及人员姓名	参与2026年汉得信息用户大会之投资者关系专场交流会的全体投资者，包括国泰海通证券、广发证券、申银万国、长江证券、中信建投、国投证券、信达证券、东吴证券、兴业证券、华泰证券等单位。
时间	2026年3月20日下午16:00
地点	现场会议，武汉国际博览中心-汉厅
上市公司接待人员姓名	陈迪清 汉得信息董事长 刘福东 汉得信息董事会秘书 黄 耿 汉得信息高级副总裁
投资者关系活动主要内容介绍	公司于2026年3月20日（星期五）下午16:00于武汉国际博览中心-汉厅举行投资者关系专场交流会，主要内容如下：  2026年3月20日，汉得信息用户大会在武汉正式拉开帷幕，本届大会以“焕芯砺刃·敏捷致胜”为主题，重点聚焦企业级AI实战应用、技术突破、生态构建等，围绕企业数智化转型中的关键议题展开交流。同时，大会特设展区以展示汉得信息企业级AI的阶段性落地成果。

当前，中国经济正处于新旧动能转换、高质量发展深度推进的关键窗口期，AI 技术已经成为企业全面进化的底层驱动力，越来越多的企业致力于将 AI 深度植入业务肌理，推动经营模式、生产方式及管理体的代际演进，企业迫切需要能够快速响应市场波动、精准辅助决策、实现高效协同且具备持续创新动力的“敏捷能力”。本次汉得信息用户大会的举办，正是立足于这一时代转折下的现实关切，汉得信息希望通过汇聚行业先行者与全球顶级生态伙伴，共同回应企业在数智化转型深水区的核心诉求，勾勒出更具实效性的实战路径，助力企业在变局中通过‘敏捷’筑牢增长的确信性。

同时，对如今的企业而言，数智化转型的关键议题已经不再是“要不要引入 AI”，而是 AI 能否切实融入业务流程，能否整合数据并形成闭环，能否在组织内部沉淀为稳定、可持续的价值产出。尤其在 B 端，AI 的落地绝非简单的技术引入，往往涉及复杂的业务逻辑重构，必须深度结合业务设计具备可行性的解决方案，方能实现技术与场景的闭合。而汉得信息自成立以来不仅持续推进技术能力建设、产品服务打磨与场景实践探索，还在企业管理知识方面完成了数十年的积累，这一切成为了帮助企业实现智能化升级的重要基础。因此，本次汉得信息用户大会把企业级 AI 作为全场核心议题，通过多种形式，与来自全球的客户及合作伙伴集中呈现 AI 在企业场景中的应用实践与阶段成果，呈现技术革新带来的效率升级与价值释放，推动行业围绕企业 AI 如何真正落地展开更深入的探讨。

本次汉得信息用户大会之投资者关系专场交流会情况如下：

提问 1:随着 AI 技术的发展，企业端客户对自身业务进行 AI 技术应用的意愿是否较以往有变化？

答：

这次武汉用户大会最直接的感受是：AI 已经从“喊口号”进入了“看落地”的实操阶段。会场里大家聊得最深的，不再是技术蓝图，而是具体的场景应用，以及落地过程中真实的难点和避坑经验。

观察来看，企业对 AI 的投入逻辑正展现出一种转变——从传统的 IT 费用支出，逐步沉淀为战略性的资本开支。这种投资意愿目前主要集中在两个维度：一是生产类的重构投资。企业倾向于利用 AI 对现有的生产链条进行深层重组。这不仅仅是单一工具的迭代，更是一种生产力的跨越，目标是实现业务效率的高效提升，这种逻辑在制造业的自动化升级中已有先例。二是产品类的赋能投资。部分先锋企业正通过自研、投资或并购等，将 AI 能力内化到自身产品中。这代表着企业正尝试从单纯的“技术使用者”向“AI 能力赋能者”转变，提升企业的市场竞争力。近年企业 AI 投资规模的量级变化也值得关注，随着标杆案例的落地，部分领先客户的预算已展现出向千万甚至亿元级靠拢的趋势。同时，基于对数据安全和核心掌控权的考量，构建私有化算力中心正成为大客户在布局 AI 时的重要考量因素。整体来看，AI 正在成为企业真金白银投入、构建市场竞争力的重要变量。

提问 2: 在 AI 落地企业端的过程中，汉得与生态合作伙伴之间是如何界定边界的？

答：

公司与生态合作伙伴的协作达成“相互需要”的高度共识。在 AI 进入企业端的实战中，能力边界划分得较为清晰，互联网、云、大模型公司产品厂商更擅长处理“单点、短流程”的通用场景，公司则具备深厚客户基础和场景理解能力，在复杂的业务逻辑梳理、行业深度的方案设计规划上汉得具备独到的优势，让潜在的生态合作伙伴展现出较强的合作意愿。

公司目前的信心不仅来源于对客户需求的把握，更来源于“被客户和生态合作伙伴需要”的确定性，在企业端 AI 应用的深水区，公司会与生态合作伙伴共同协作，持续挖掘高价值的商业机会。

提问 3: 目前市场非常关注 Openclaw 在企业端的落地前景，公司认为其实现周期如何？对研发和产品形态会产生哪些深层影响？

答:

这是一个非常前瞻的话题，从现状来看，Openclaw 更多还是偏向个人用户端的工具属性，因为个人用户端场景相对标准化且易于穷举。而企业端业务千差万别，很难有一套通用的技术线路能直接平移并解决所有问题。虽然个人用户在办公场景下可以利用 Openclaw 提升效率，但 Openclaw 要真正深入到企业复杂的协同和长流程中去，目前尚处于局部场景的摸索阶段。我们认为，企业端的 Openclaw 实现过程会比个人用户端复杂得多，周期也会更长，未来会慢慢出现一个类似 Openclaw 形态的企业端 Agent。

而在打造企业端 Openclaw 的产品逻辑上，公司注重通过结合生态合作伙伴的能力，共同探索良好的方案及路径。这种与生态合作伙伴功能互补带来的确定性，支撑着我们持续研发及创新，打造更好的企业端 AI 应用。

提问 4: 从 2026 年汉得信息用户大会展望，汉得未来的定位是什么样的？收入增长如何延续？

答:

首先，关于公司定位的演进，公司始终擅于将新兴技术应用到产业链中去，是连接技术与管理的“桥梁”。过去公司做成熟套装软件的实施，现在公司要做的是基于自主产品给客户

提供大模型、Agent，也包括各种 AI 技能。虽然底色仍是服务，但运营模式正发生本质变化，从“劳动力驱动”转向“产品驱动”。公司未来的增量将更多来自于趋向标准化的产品（如本次用户大会演示的 AI 供应链物流产品）。只有把产品做起来，才能摆脱劳动力的线性束缚，实现更高质量的增长。

其次，关于收入增长的延续，除了国内 AI 市场的快速增长，海外市场也存在新的机会，公司已经布局并深耕海外市场多年，将国内竞争环境下“卷”出来的优秀产品和业务实践向海外市场输出，并通过高度的本地化管理，逐步做到“直面客户”，去年我们在海外市场就实现了突破，拿到了一批 New Logo（新客户），未来我们也将持续布局海外，利用在中国沉淀的优势去拓展全球市场。

提问 5: 去年至今，贵司观察到企业端在 AI 应用的性质和落地流程上发生了哪些变化？尤其是从早期的知识库、BI 转向现在的 Agent，其背后的逻辑和难点是什么？

答：

这是一个非常深刻的观察。回顾过去两年，企业端的 AI 应用经历了一个由浅入深的过程，虽然技术的本质逻辑具有延续性，但落地的侧重点发生了改变。去年，企业端的关注点主要集中在知识库（RAG）和数据可视化（BI）。公司的 ChatBI 在去年表现出色，核心竞争力在于公司基于 H-ONE 融合数据平台，具备底层数据清洗与配套处理能力，因为 AI 应用对数据质量要求极高，没有扎实的数据治理，ChatBI 只是空中楼阁。今年，市场的焦点已经从“问答”转向了“执行”，本次用户大会重点展示的物流 Agent，本质上就是智能体概念在企业端的具象化。相比个人用户端工具，企业端的 Auto Agent 实现难度更大，因为它需要与复杂的业务程序深度融合。但能预见的是，在 AI 技术上，如果帮助企业客户完成第一个真实场景

的闭环，就会立刻启发他们产生 3 到 5 个关联场景的需求，这种从 0 到 1 的启发式增长，正成为今年 Agent 相关业务推进的关键驱动力。

提问 6: 目前 Openclaw 概念火热，贵司认为未来在企业端实现类 Openclaw 应用的 Agent 的关键环节会由谁来完成？汉得的核心竞争力如何体现？

答：

从企业端业务的复杂性来看，我们认为 Auto Agent 在企业的最终落地，主要依靠像公司这样具备深厚行业积淀的产品及综合解决方案提供商，并联合多元化的生态合作伙伴来一同完成，这背后的核心逻辑在于底层工具的“工程化能力”与“场景化整合”。市场上并不缺少底层算法或“原子能力”，但这些技术对企业而言往往过于底层，存在极高的应用门槛。公司的重要价值在于工程化包装，即通过我们的企业级 PaaS 平台、大圣 AI 中台、融合数据平台，将这些工具整合、优化，变成企业内部可以无缝衔接、极低学习成本的“开箱即用”式产品，把 AI 能力真正嵌入企业的场景化生产经营环节。

提问 7: 从今年一线反馈来看，AI 的业务渗透率显著提升，但关键节点仍需人工把关。贵司如何看待未来“人与 AI”的能力演进？AI 渗透后的贵司人效提升幅度会如何？

答：

这是一个关于生产力重构的问题，我们认为未来人与 AI 的关系将进入一种“强规则”与“弱规则”的“极致分工”状态。当处理复杂问题时，长链条业务通常包含强规则和弱规则两部分。AI 擅长处理强规则的部分，依靠极速的数据遍历和穷举能力完成重复性工作；而人擅长处理弱规则，负责柔性的、定性的判断事物。

在公司内部，现阶段 AI 是“辅助”与“优化”的角色，例如我们基于 DeepSeek-Coder 模型和 H-ZERO 平台的源码训练代码大模型——飞码（H-AI Coder），已经较深度介入 Coding 环节，负责生成辅助代码。虽然生成的代码仍需人工进行反复校验和逻辑调整，但它正在改变开发习惯，研发效能正处于一个持续爬坡和优化的进程。未来，公司中短期可能在执行重复简单事务的边缘岗位上进行 AI 替代，但公司的客户服务、方案设计 & 研发等多种重要岗位，依然需要人的把关作用。

提问 8: 资本市场关注汉得与英伟达的合作。请问双方合作背后的驱动力是什么？汉得在这一合作链条中扮演怎样的角色？

答:

公司与英伟达的合作体现了底层算力与行业场景的深度协同。双方在推进企业级 AI 落地过程中，形成了一种高度互补的合作模式。英伟达拥有强大的算力底座与原子技术能力，而公司凭借深耕多年的行业积累和对业务逻辑的深刻理解，拥有将复杂的技术架构精准对接企业“研产供销服财”等具体场景的能力，双方积极协作，把前沿技术转化为业务经营的实际增量以满足客户的核心诉求，这种协作不仅降低了 AI 在企业端的落地门槛，也加速了尖端方案在业务深水区的实效性产出，实现技术向价值的平滑转化。

在合作关系中，公司主要承担应用端方案的集成与交付工作，提供咨询规划的同时通过企业级 PaaS 平台、大圣 AI 中台、融合数据平台等自研的技术底座赋能体系，将英伟达的 AI 加速能力与汉得成熟的应用产品进行深度融合。在海外，这种合作模式英伟达已有先例，而我们相较其他传统咨询公司，优势在于拥有更多自主可控的成型应用产品和诸多各行各业优秀客户。

同时，公司会专注于把英伟达的架构与能力融入到自有产

	<p>品中, 通过自有产品的智能化升级, 努力提升业务的增长潜力。</p> <p>提问 9: 公司如何展望与英伟达未来的协同空间?</p> <p>答:</p> <p>目前我们与英伟达的协同仍处于商业模式的样本积累阶段, 但发展路径已清晰, 我们会持续将国际上的现有成功案例经验复制到更多的客户中去, 持续扮演各方能力的“融合方”。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2026 年 3 月 20 日