

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：2026-002

投资者关系 活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☒ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称	来自中信证券、中金公司、国金证券、兴业证券、广发证券、国泰海通证券、东方证券、华泰证券、国盛证券、华创证券、开源证券、浙商证券、财通证券、瑞银、摩根士丹利、摩根大通、高盛、美银、汇丰前海、民生加银基金、创金合信基金、汇丰晋信基金、国寿安保基金、光大保德信基金、长安基金、富敦投资管理等机构的 100 余位分析师与投资者。
时间	近期
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、副总经理毕晓存女士、副总经理王冬先生、副总经理罗燕女士、副总经理兼财务负责人崔研女士、董事会秘书潘磊先生以及公司相关工作人员。
机构投资者关系活 动主要内容介绍	问答环节： 1.在模型与应用边界认知回归、大厂整合协同产品线切入办公市场的背景下,请问公司如何看待 AI 办公领域的竞争态势以及 WPS 的差异化策略？ 答：公司认为本次 AI Agent 与上一轮 AI 有本质不同，面向的市场更大，能完成的事情已远超传统办公软件。公司已于 7 月推出面向个人的灵犀及面向企业的 WPS Comate，希望在新的更大的 AI Agent 办公市场中获取份额，并将其作为最核心的产品战略方向。公司拥有数百万大会员付费群体和相当规模的付费企业客户，未来将向他们提供 AI Agent 办公服务。今年下半年公司将持续迭代这两款产品，探索新的商业模式，也将适时与市场沟通最新进展。 2.请问灵犀专业版发布后，AI 用户的活跃度、token 使用度及功能粘性方面有哪些数据？公司对未来的 AI 用户活跃度及用量有何目标？ 答：灵犀于 7 月中旬发布，活跃用户数目前在持续增长中。公司推广策略与部分大厂不同，将重点服务好过去几年积累的对 WPS AI 已有认知的用户，希望未来半年内灵犀活跃用户数有数量级增长，并向更多 WPS 以外的用户推广。灵犀的 token 使用量与传统的 WPS AI 功能差别很大，Agent 任务的 token 消耗及对模型能力的要求完全不同。公司正在尝试

	基于 token 用量收费，未来会将新的商业模式与现有 WPS 商业模式进行整合，长期来看希望灵犀与 WPS 能发挥协同效应。 3.公司在海外收入取得不错增长的背景下，未来一年半在海外有哪些新的布局和规划？ 答：公司目前在海外主要推广现有 AI 产品，下半年将面向海外推出 Agent 类产品，可能上线更创新的 Agent 产品，与国内略有不同。海外业务上半年完成了很多补课工作，包括建立海外支持中心，正在准备建立海外运营团队，希望进一步加快海外业务发展速度，包括 to C 和 to B。 4.公司一方面将 AI 能力融入传统 WPS 产品，另一方面推出灵犀等原生 AI 产品，从长期产品形态看，这两条路线最终会融合还是形成两套产品体系？在 AI 时代，办公软件的主入口将呈现何种形态？ 答：公司认为两条路线将同时保持。一方面，很多非 WPS 用户可以通过下载灵犀使用 AI 能力；另一方面，公司会将灵犀的完整能力逐渐集成到 WPS 中，包括会员体系和商业模式的整合，推出新的商业模式。目前灵犀先独立探索，以积累运营数据，Agent 产品成本较高，会员定价及包含的 token 用量及对应商业化则需要一段时间观察测算。长期来看，灵犀能力会与公司各类产品深度整合，同时保持独立的灵犀产品，吸引更多非 Office 类用户使用。 5.请问从一线角度判断，目前 AI 商业化所处的阶段是怎样的？AI 走向规模化收入贡献的关键突破点是什么？ 答：公司内部将 AI 商业化分为两个阶段，过去两三年为第一阶段，特点为 AI 功能消耗的 token 不多。当前 Agent 时代的 AI 商业化属于第二阶段，由于 Agent 任务消耗的 token 量较大，例如做一个 PPT 可能消耗几毛钱到几块钱，需考虑用户付费能力。最关键的突破是降低成本，公司未来将平衡模型产出效果与性价比，达到市场可接受的程度，AI Agent 商业模式才能成功，这需要模型厂家和应用厂家共同努力优化迭代，目前仍处于刚刚起步状态。 6.面对当前宏观经济环境，公司在下半年面临的毛利率压力主要来自哪些环节？公司目前是否有具体的措施来维持或提升盈利水平？ 答：面对宏观环境变化，公司将持续围绕“AI、协作、国际化”战略推进业务发展，通过持续优化产品和服务、提升研发及运营效率，增强各项业务的长期盈利能力。同时，公司积极推进 AI 能力与 WPS Office、WPS 365 等核心产品深度融合，并针对新推出的 AI Agent 产品探索“订阅+token 用量”等商业模式，进一步拓展个人用户和企业客户的价值空间。总体来看，公司将坚持产品创新与经营效率并重，在持续投入技术和产品能力的同时，努力实现业务规模与盈利能力的协调发展。
--	--