百融智能（6608.HK）

VoxOne·百融声动品牌战略发布会暨投资者沙龙

会议纪要

会议时间：2026-10-27 16:00:00

【公司参会】

张韶峰先生 创始人、董事会主席、CEO

季文耀先生 AICC 业务负责人

Starry 先生 研发负责人

杨英女士 财务负责人

康怡聪女士 投资者关系总监（IRD）

【文字记录】

百融智能 IRD

首先非常欢迎大家来到百融智能今天 VoxOne 的发布会现场。那接下来我们进入投资人交流的环节。相信很多朋友对我都比较熟悉，我是公司 IR 负责人 康怡聪。再次感谢大家在发布会结束之后留下来参加这场闭门交流。刚才 VoxOne 语音技术品牌已经发布，相信大家有很多问题，所以这一场我们会把大部分时间留给问答环节。正式开始之前，我先说明一下：我们的创始人韶峰总此刻正在接受媒体采访，会稍晚一点来到会场。前面这段时间，先由我们的 AICC 业务、研发还有财务的核心负责人跟大家交流，韶峰总稍后再加入，也请大家理解。

我先介绍一下今天出席交流的三位管理层。第一位是季文耀先生，AICC 业务负责人，主要负责 AICC 业务的商业化推进和落地，这次交流他将为大家解答大家非常关心的 AICC 业务拓展、落地交付等问题。第二位嘉宾是 Starry 先生，研发负责人，主要负责语音基础模型的研发，以及 Agent 技术路线如何进一步落地到我们的产品当中，也欢迎大家向他询问刚刚发布的“百语”全双工语音交互平台的技术问题。接下来是财务负责人杨英女士，她

将为大家解答百融财务相关的问题。

今天的闭门交流，如果涉及未公开的重大信息，我们不便回应；涉及前瞻性的表述，也请大家注意相应的投资风险。下面我们正式开始今天的问答环节，请大家举手提问。好，先请第二排第一位。

分析师

好，感谢领导的邀请。我是天风证券新兴产业组的分析师。我这边主要针对 AICC 业务请教几个问题。第一个问题是，AICC 在新场景业务上的最新进展怎么样？刚才发布会上也提到跟某物流行业客户有合作，那除了这家物流客户，其他物流客户目前接触和落地的情况如何？另外在这些物流场景之外，其他场景的进展怎么样？这是第一个问题，麻烦解答一下，感谢。

百融智能 AICC 业务负责人

我来解答您的第一个问题。AICC 上半年的新场景收入在公开财报里已经披露，是 1126 万，同比增长 195%。整个报告里大家也看到了，客户数从去年的 40 个涨到 140 个。核心还是物流行业的标杆客户。我们从 6 月份开始起步，其实已经很快，7 月份就直接到了差不多 1.5 万，并维持在 1.5 万的水平。近期就像客户说的、也是前瞻性的表述，很快会切到一个比较大的量，因为最近我们已经在测试它的全场景，全场景业务已经切了一部分量过来，实际量已经比 1.5 万更大。

但全场景还在生产验证过程中，后半部分没有财务表现，所以没办法跟大家讲。不出意外的话，11 月底会开始正式、大量地切流；如果进展不顺利，大概 12 月份左右也会完成对应的流程。至于是不是还有其他客户，可以看今天来的客户：主要快递集团除了中间有一家没来，其他都已经来了。

整个物流行业其实分成两类，一类是个人件，一类是大宗物件。我们现在基本是从大客户起步，遵循的逻辑是先出样本客户 POC，从单一场景切入全场景，成为标杆客户之后，再在全行业复制。所以现在的路径还是延续我们整个业务目标在往前推进。

第二部分是券商领域，我们已经在签约和流程实施当中，现在有 13 家。单一头部券商的硅基员工部署规模持续增长，场景也差不多有 60 多个。航司目前处于生产切流的准备过程当中，具体是哪家航空公司不方便透露。航司下来是我们的第二大重点，再往后推进就是

银行和运营商。今天来的客户，全部都是我们在实施当中或者运作当中的客户，大概是这么一个情况。

分析师

好，感谢。我补充问一下，刚才您提到某物流行业客户提到的处理量，单位是什么？

百融智能 AICC 业务负责人

进线。

百融智能 IRD

也就是呼入的通话数。

分析师

明白。第二个问题，刚才您提到我们从物流开始，现在也往航司、运营商、券商去做跨行业的切换。那我们跨行业的打法，或者能做到成功复制的主要原因是什么？另外面对国央企、金融机构和中小企业，这些客户的要求和差异其实都很大，我们如何去平衡获客和交付的收入？

百融智能 AICC 业务负责人

我来解答您这个问题。今天所有的发布都是围绕一个语音底座。语音底座是一切生产力的基础，包括客户怎么响应、应该怎么回答，这其实是一个通用的能力。缺的是什么？行业的专属知识——行业该怎么应答，要再建立一个垂类模型。这样就保证了整个技术栈是通用的，而业务栈通过 FDE 做最后一公里，把问题最终成功交付。

技术上，大家不要以为这还是传统的 ASR、TTS。 今天大会上也在讲垂类大模型，我们在每个行业都会建立独立的垂类大模型，在通用交互能力之外再加上对应的知识点，来解决您前面说的国央企、中小企业怎么交付的路径问题。当然每个行业的情况都不太一样。我们现在首推的是云化，第二类是混合云部署，在客户信息不出域的情况下利用我们的算力；第三种就是今天发布的 LITE 和 AURA 两种形态，用不同的封装方式应对不同场景，但对我们的技术底座来说是一样的，只是封装出不同的场景 agent。而包括跟客户系统的连接等工作，在任何一家企业里也逃不掉。这降低了整个企业的使用成本，客户永远是站在划不划算的角度快速做决策。希望我的回答能够满足您的问题。

百融智能 IRD

我先打断一下您的提问。那我们现在正式欢迎创始人张韶峰先生参加我们的交流。

分析师

非常感谢您。我这边可能还有两个问题想请教。第三个问题是，发布会提出的 RAAS，按照 AI 独立完成的任务或者有效通话、按坐席员工数、按促成业务分润这三种收费方式。那如果这样的话，客户端的验收指标怎么样在合同里进行定价？比如说效果不达标、周期长以及话务量波动的时候，这个风险我们是如何看待、如何去承担的？另外公司希望未来收费模式的引导方向，或者最终的方向是朝向什么样的方向？

百融智能 AICC 业务负责人

从整个业务结构来看，我们最终追求的肯定是按结果收费。但有些东西是可衡量的，有些是不可衡量的。首先在客服领域，不管是航空公司还是物流，我们推的是完成一个任务即收费；如果转到人工，这个任务就算失败了，这是任务型的。按坐席员工的方式，是因为有些服务很难按结果衡量，它不是任务型，而是满足情绪价值的咨询，就像航空公司常见的情况：今天机票怎么样？这里分两类，一类是我退改机票，很容易完成，改签成功、短信发出去、客户支付了，这就是一个任务；另一部分属于咨询类，比如我的行李箱到哪里去找，这类很难按任务指标衡量，就可能变成按坐席员工一天处理多少通来收费。所以大概就是这两种方式：头部一定按可衡量的任务收费，第二类按坐席员工收费。然后是按任务、按规定，还有一个是按收入分成，也就是按业务结果折算定价。

百融智能创始人、董事会主席、CEO

但实际业务中存在需求波动的情况。比如双 11 来了，我可能一场订单只有 10 个，随便说。涨到 30 个，这种弹性需求波动对运营管理提出了更高的要求。所以 AI 解决的问题不只是便宜，还有我刚讲的灵活性、弹性扩容和培训成本。

百融智能 AICC 业务负责人

补充一下，其实这就是弹性成本。在这个行业里这件事已经很多年了，我过去的工作经历管理过 6000 多人的运营团队。这种弹性工作制不是一倍两倍，而是五倍十倍。举个最简单的例子，各位投资人经常坐飞机，遇到暴雨天气想改机票的时候，大家去打一下客服电话，航空公司全行业的接起率是最差的，平均只有 70% 多，高峰期大概只有 40% 多，甚至更低。所以他要解决的问题是让每个客户都能接通。我们在跟某一家航司交流的时候，他很明确地

说，是不是能把这些电话都让我接起来？因为国家对航司管理有这项指标在考核。所以他觉得这不是花多少钱的问题，而是要满足合规对这项指标提升的要求。

分析师

我这边还有最后一个问题。今年整个 AICC 我们公司的进展是非常迅速的，无论是商业化落地还是后续的客户签约。那从技术角度来说，想问一下新一代的 AICC 跟老一代技术上的差异是什么？

百融智能 IRD

这个问题我请业务负责人和我们的研发负责人一起来回答。

百融智能 研发负责人

AICC 或者人工客服、智能客服这个场景已经存在很长时间了，大概有十年以上。最早的路线是基于正则关键词，后来 BERT 模型出来、语义分类成熟之后，大家用语义意图分类的模型来做处理。但说实话，我们现在用 AICC 解决的，都是以前的方案解决不了的问题——因为以前方案能解决的，这类任务就不会落到人工坐席来。今天要解决的都是上一代公司解决不了、遗留下来的疑难问题。比如今天会场上的很多演示，像多意图处理：用户同时说要办两件事，原来基于意图处理的方案只能办一件，另一件就遗漏了。

第二个是工具调用。原来的 NLP 老一代方案，可能也就是一轮工具补槽就行了，把相关字段提出来去调工具。但如果工具调失败，我们怎么换新工具、怎么找新路径去解决？这就是今天讲的 AICC 的意义——因为这个 agent 有自主性，我们把目标告诉它，它会自己尝试不同的方式去达成任务。这在原来传统的基于意图分类的模式里，是完全处理不了的。

百融智能 AICC 业务负责人

我再从业务角度跟大家说明一下，为什么我会选客服这个赛道，其实就在于前面所说的：很多时候确实是上一代技术无法解决。呼出的时候是一个固定的流程，我把客户圈定在一个特定的流程里；但呼入的时候你不知道，客户打这通电话，我不知道是查快递，还是来投诉快递员，还是别的什么。在不知道的情况下，如果按传统 NLP 关键词的做法，客户说一句“我要投诉”，那就切到人工去了。他为什么要投诉？

因为系统不能像人一样跟他把事情对齐。客户说“我投诉”，我们的 AI 在真实情况下先问“你有什么问题”，这就把人工客服中间的压力缓冲带拉出来了。前两天我自己听了 20

通录音，大量都是这种情况：快递小哥三天没有联系我了，你们承诺我的服务指标是明天要送到，一直说联系我，为什么不联系我？那后面我们就要发起下一步的跟单，包括我得主动打给这些快递小哥。这就不是一个简单的工单处理，因为从整个行业来说，客服只是一个起点，不是一个终点，这是一个很核心的问题。传统 NLP 哪知道要联系后面的谁才能处理这个事，它其实是不知道的。

另外整个情景上，传统 NLP 只能解决单轮问题，解决不了长记忆的问题。我跟他讲了一堆东西，它只会顺着流程说“你再尝试一下”，我突然之间要回到前面那个问题，它根本就回不去，因为它是一个树状结构的流程，除非在支点的时候能回去，跟神经网络特别像。我早期两三年做 NLP 的时候，就一直在想解决这个问题。两年前我们为什么一直没有碰客服？就是当初的技术没有突破，到今年是完整突破了，也找到对应的客户，我们在往前走。

百融智能创始人、董事会主席、CEO

补充一下，我这有三点和上一代技术非常大的区别。

第一，你是不是真的能完整听得懂人话？上一代 NLP 就是把一句话拆成一个个的关键词，本质上是做关键词匹配：把用户的话拆成词，去看有没有命中我的词库，命中了我就做什么事情，所以它无法从整句理解用户的含义。这是第一个重大体验提升，是真的听得懂人话了，而这对大语言模型非常容易。

第二，听得懂之后，你能不能把话说得像人话。以前你打智能客服，他一说话你就不想听下去，因为声音不够真实、很机械，语法要么过于书面——过于书面其实是不行的，要随意、要口语一点，甚至带点口水词。甚至说话能不能别说标准普通话？我们发现效果最好的不是标准普通话，而是他们带口音的普通话，各个地方的人说话，普通话都是有口音的。

第三个重点区别，是能不能调用作业系统把订单完成、把票给改了，也就是工具调用能力，以前叫 function call。真人是可以打开浏览器登录系统去改订单的，传统 NLP 做不到。如果你做不到第三点，最后不是还得转人工？所以能不能回写到作业系统，那是传统软件的事——传统软件今天就是工具，我能不能把订单写回去、或者把订单给改了。

这三点重大区别：第一，真听得懂人话；第二，能说人话；第三，能够把活给干了。我今天总结是边听、边说、边思考、边动，思考这一层用户是体会不到的。举个模糊需求的例子，我们现在在做某航司的测试。他说我要到什么地方转机，中间经停不要超过 3 小时。这

个需求传统怎么做？真人就会登录系统去搜，搜出来两个转机航班，人工去看。传统方案做不到这个事情，你还要去查，所以那个叫思考。最后把订单给你下了，确认一下是不是这个订单，那是要改作业系统、要回写的，要有写权限。以前只是读，写权限要求很严格，是要改数据库的，要么插入一条新的记录，要么改一条记录。

从技术上讲，就是这三点重大区别：听得懂人话、能说人话、能够调作业系统写作业系统。以前这三件事基本都依赖人工完成。所以一说到智能客服，这个词就被用烂了，大家觉得这个领域非常不性感，一堆这样的公司都很难受。为什么？因为企业没觉得它解决了核心问题，还是需要人工参与。所以今天客户讲的是非常实在的。我们在某物流行业客户那里面临的对手全是清一色的大厂，根本没有小厂玩得起这个游戏。因为百融的底层模型是我们自己训练的，其他应用公司里又没人愿意大量投入去做大模型，同时大厂还没法专注在垂直领域。

而这个事又不完全只是模型能解决的。比如通信量大了之后有通信拥塞的问题，我们还要解决通信软交换的问题，那跟 AI 根本没有关系。但你不去做，最后总体效果就不好。所以客户说了，没人敢承诺按结果收费，因为中间别的环节不是我控制的，做得不好，最后效果也不好，那对方就说这事与我无关，你也不给我钱，我接受不了。那百融真的就把这个事做了，做起来就很繁琐，要积累很多年。

我觉得对这类客户来讲就非常简单，可以看转人工率是多少？终极指标就是转人工就不收钱。客户就很直接——你真的敢承诺转人工就不收钱吗？我们是唯一的一个。

投资人

对，就是我们客户的 IT 能力，或者说能够和我们的产品相结合、系统对接的能力，是需要做好准备才能按这个思路走的。

百融智能创始人、董事会主席、CEO

就是你的 AI 能不能做 function call，能不能调用它的系统。最好的情况是系统开放 API；如果不开放就很麻烦，我们要用 computer use 登录它的软件系统，模拟人去操作，那个速度就慢了。

投资人

读客户的系统应该是比较容易的，但是在往他的系统里写的时候，其实是他要做好一定

的准备才能去做。

百融智能创始人、董事会主席、CEO

做好这个准备，你是说做好应用、使用 AI，还是说系统可以开放？系统开放跟我们没关系，传统软件就可以开放，理论上都有 API。软件公司只要成熟一点，Oracle、ERP、用友、金蝶都有 API，因为它要和别的办公软件打通集成，要和钉钉、飞书集成，都是可以的，这个不难。

投资人

其实这个问题的落脚点在于，后面各行各业客户来采用我们这套方案的进程会怎么样？

百融智能创始人、董事会主席、CEO

基本上我们是这样：首先用自己的力量先去打那些呼叫量比较大的行业，比如物流、航司、运营商，先去打标杆，目标是前 5 名里我占三家，基本上这个标准就确立了；如果 5 名里有三家都是你的，标杆就是你了。然后我们会用轻量级版本，比如百服 LITE、AURA，通过渠道商、代理商去铺。

投资人

这个路线是哪？

百融智能 AICC 业务负责人

我来补充一下。我大概知道您的问题，是关心 API 接口或者客户有没有准备好。其实大多数客户可能没有准备好，但在交流过程当中，只要他从我们实际落地的情况感觉到这个东西对他有帮助，包括航司，他就是在逐步开放。他不是等到某个时刻才开放；因为他没有遇到过这样的公司，没有这样的公司，他为什么需要去开放？当他觉得有这样的解决方案，他就会知道我要完成这个功能就得开放，会主动来找你。假定我要点 5 个界面、执行这个任务，后台串接了 4 套系统，那 4 套系统的接口我是知道的，因为原有的实时文本交互接口其实是存在的，只是他愿不愿意在这个时间点对你开放而已。从我的经验来看，他是愿意的，只要接受这套逻辑，他就会开放。

百融智能创始人、董事会主席、CEO

我觉得是这样，有些行业比较特殊，比如电商平台最后一公里大部分是加盟商、代理商，总部人不多，需求在网点。事实上就取决于，我们把最后一公里，随着承接比例的提升，业

务收入也有望相应增长。实际上还分成呼入和呼出，这个行业呼入规模较大，但呼出的通知、营销那个量更大。

投资人

但那个不是我们的强项。

百融智能创始人、董事会主席、CEO

我们也有，只是那个竞争会激烈一点，因为它传统是外呼，说不了几句话就通知你，可能三四轮就结束了。

百融智能创始人、董事会主席、CEO

我们现在的策略是先做高价值的，然后再说后面那些。现在客户已经开始用我们做外呼了，外呼也可以。一开始我们不想给他做，我说你这太便宜了；但后来他觉得，你价格比他们稍微贵一点我也能接受，因为效果还是要好一点。所以慢慢如果人家退出那个外呼市场之后，我们就可以做。

投资人

就相当于我们的模型：高价值的、高智商的模型专门用于外呼，另一个专门用于呼入。对于后者我们采用轻量化模型配置，算力消耗也很小，采用另一个定价策略，把那块业务也收进来。那就不是按结果收费，而是按量收费。

百融智能 IRD

好，非常感谢。那先请第三排的第一位投资人。

分析师

好，感谢管理层给我提问的机会。我是华泰证券的分析师。我这边有一些关于我们 AICC 业务进展以及财务的问题想请教。先请教 AICC 这块业务的问题，主要是关于业务指标，不知道有没有一些更新的数据可以跟投资者分享，包括我们的客户数，以及业务的进展情况？这是第一个问题。

百融智能 IRD

好，这个问题我请业务负责人，还有财务负责人看看有什么回复。

百融智能 AICC 业务负责人

现在整个 AICC 处于新业务的发展期，目前不单独披露，只能先披露一个整体的数字，

不单独披露单一客户的情况。但大家可以通过第一个问题看到，我们在持续拓展新的场景、新的行业。我们整个客户数其实非常集中，从逻辑上看，只要是维持海量 C 端交互的大 B 场景，就是我们的客户。比如物流、航司、银行、券商、运营商，这是我们着重的五大行业，中间还没有全新的行业。从指标上看，只要是超过 100 人、现在有 call center 的行业，我们会去推导它的 SAM 是多少。这前五大赛道其实已经够大了，我们大致会按这个策略再往前走。

按行业调研的情况，，我们全流程已经开始切了，单一客户数量级的提升，并不代表我整个收入能快速上升。它肯定需要一个周期。

航空行业我们正在做生产验证，券商、银行也在推进，银行会更复杂，因为大语言模型现在需要报备，整个报备周期在 3~6 个月。 这也是我们今天为什么请某金融行业头部机构的领导过来——我们已经到了最后一个阶段，叫算力部署进某金融行业头部机构，已经开始对客做小批量服务。只是这些数字现在不方便在这个阶段跟大家透露。

分析师

感谢领导。我可能还有一个关于财务方面的问题，也是各位投资者比较关心的。主要是我们上半年的盈利还有一些压力，想请教管理层对我们未来的收入和盈利的一些 color，看能不能跟投资者分享一下。另外大家还会比较关心 AICC 这个新业务的收入增长，包括我们传统的 AI 决策业务、AICC 信贷业务的收入增长，管理层对未来有一个什么样的判断。谢谢。

百融智能 财务负责人

好的，谢谢你的问题，我来回答一下。我们今年的业务，上半年的降幅大家也看到了，它是被动的，受到外部环境变化的影响。从下半年的趋势来看，外部环境也没有变。但这个行业的变化是去年就发生了，所以我们今年做了很多管理动作。这些管理动作节省的成本，在上半年财报里体现得不明显，因为都需要一定的时间，会在下半年去体现。又因为收入降幅的趋势没有变，下半年我们还会继续做这样的管理动作，也会产生全年的成本。

但明年是轻装上阵、管理成本继续下降的趋势。具体数字没办法透露，但我只能说，下半年收入同样下降的情况下，因为成本管控到位，下半年的亏损肯定是要减小的。了解百融的投资人应该也知道，百融的运营成本主要来自人员投入和研发投入，体量都比较大。既然刚才您提到的决策分析，还有 AICC 信贷这两条线都被动受到行业影响，那么对应的这部分

成本肯定会降低，我们每个季度都有相应的动作在做。

至于 AICC 新场景的增幅，刚才也有提到，其实起量还会在 11 月甚至 12 月这样的时间。我们上半年维持了 190% 多的收入增速，在下半年还没有起量的情况下依然是维持的；明年随着业务推进，才会有更具体的节奏，值得大家关注一下。大概是这样。

分析师

感谢。

百融智能 IRD

好，那有请第二排的第三位。

分析师

各位领导好，我是东方证券。想请教一下，我们现在主要的努力是在拓展各个行业的头部客户，那这种行业相应的定制、客户相应的客制化，大概的周期是多久？以及相关的成本，我们在头部客户达到什么样的收入量级的时候，可能会看到一个比较好的业务进展？这是第一个问题。第二个问题是，刚才领导也提到我们在技术指标的领先度上还是比较显著的，那别人想追的话，这个难度和周期我们是怎么判断的？主要这两个问题。

百融智能 IRD

这个问题我先请业务负责人回答一下。

百融智能 AICC 业务负责人

先回答第一个问题，关于周期。首先我们取的这几个航司、物流客户，它的标准化程度其实还是比较高的，第一个客户的周期，坦白来说还是比较长的。为什么会比较长？有两点。第一，我的 FDE 得先理解他的业务，然后进行工程的拆解，再跟他对接。核心是我要理解他的业务构成，怎么去构建这个 agent，我其实要解决什么样的业务问题。

比如我们现在在做某一个券商的时候，他希望把整个 AI 变成一个超级 agent，不管这个人坐在哪里，他希望所有问题都能答。 但我们在整个实施过程中不是这样做的。事实是，你先进线之后的 60% 的问题是什么？我先把这个问题解决，然后再来解决 30%、20%，用这样的路径来保证收入快速落地。否则你上来就要一个超级 agent，为了一个 1% 的业务，我也上不了线，我觉得这对双方来说都不是一件很好的事。所以我们按这个节奏来处理。至于最终的上限，从智能体本身来说，已经积累下这样的能力了。

差异在哪里？差异在我跟客户衔接的过程当中：他需要开放什么样的接口、什么样的业务，这里面会有一定的定制化。但对于 VoxOne 本身和智能体的构建来说，差异的改动量已经很小很小了，至少我在实施的几个项目里已经看到这个趋势。比如查件，我在这个快递公司是这样，他只是开放接口的方式不太一样，或者整个系统的并发量不一样，但逻辑都是一样的，客户有一定的开放程度。所以第一个客户和第二个客户之间，至少在 FDE 这个阶段，时间会大幅缩短。

再从中长期看，一旦形成模板，后面哪怕用 LITE 一体机，我就送一套一体机进去：你要 10 个我给你 10 个，你要 20 个我给你 20 个。这是我们对这件事最基本的判断。你去看大的航空公司，它背后连接的只有一个系统供应商，物流公司背后最大的系统供应商也就那几家。大家去看美国市场也是一样，大的业务背后一定是大厂商。像国内掌握最大的，像华为，我只要跟它对接完，后面的事其实就比较简单容易了。大概就是这样。

百融智能创始人、董事会主席、CEO

再讲一点。我们的能力可以拆成两类：一类是和行业无关的，比如大语言模型本身，还有通信工程、软交换这一类，其实跟行业无关；跟行业有关的是这个行业的产品服务、它的话术，每个行业是不一样的。所以我们第一个客户花的时间主要花在理解这个事情上。当然不谈他自己有时候搞不定、内部立项流程复杂，那个我们控制不了。真正占我们时间的是：我要理解这个新行业的第一个客户——这个行业是怎么回事，有什么产品、什么样的服务，遇到什么问题怎么回答，还有他的历史话术库给我们。这个花时间。但一旦搞定一个，比如搞定一家物流客户，再到另一家，我们可能就上线了，差不多了。技术那部分其实是刚才的意思，完全可以复用；不能复用的是不同行业的业务话术，这个不能复用。

百融智能 IRD

好，关于你后面那个问题，就是我们这个业务的规模化进展，我补充一些。虽然我不能讲具体的数字，但我可以补充一个业务发展的思路供您参考。其实你看我们现在 AICC 新场景也好，还是我们叫 AICC 信贷也好，本质上它其实是 AICC 这个技术在不同业务、不同行业的落地形式，它是跟行业线去走的。对百融来说，把时间挪到 2025 年以前，百融已经在信贷这个行业用 AICC 这种技术取得了规模化的收入规模。

这条业务线在规模化效应之后，具备较好的业务前景，大家可以自行参考评估。这条业务线的业务流程大家也了解，它需要有一定的投流，所以费用结构上面会有一定的销售费用。

但尽管是这样，只要它规模化之后，还是可以获得一个我们认为比较健康的业务发展水平。

再回到 AICC 新场景。大家刚从大会厅下来，我们一直在强调呼入。呼入意味着什么？意味着很多业务发生的时候，从费用结构上我不需要去做销售费用上面的增长。再看它整个成本结构，因为需要用到这个大模型，随着规模化效应，可能会需要有一定的算力成本提升。当然我们会采取各种技术，包括 FDE 团队，包括我们 Harness 工程的各种优化，使算力这一块不会造成我们成本非常大的波动。

从这个角度去看，在业务结构比较优秀的情况下，费用结构又非常理想，其实最终的业务表现会比我们以前的 AICC 信贷更好，这是我们的一个预期。以前 AICC 信贷差不多也有个 9 亿、十几二十亿这样的规模。所以大家可以再跳回去想，为什么我们要强调 SAM 1700 多亿：中期比如 3~5 年，百融只要在这个 SAM 里面吃 1 个点、2 个点、3 个点，对百融整个收入的提升都是非常大的改变，或者说有一个非常大的增长预期。

百融智能创始人、董事会主席、CEO

我补充一下。不但部署模式是云模式，他自己的运营人员都没有，完全包圆给了百融。先说坏处：坏处是我们前期成本确实比较大。好处是我们成了这个领域的专家，而且他要把我们切掉、或者别人来和我们竞争，也变得很难，因为你要懂得不只是纯技术，还要懂这个行业。这以前百融在信贷就做到了。在正常经营环境下，我们去年看到的业务增速是超级快的。因为把越多环节交给我们，每一个环节我都能赚钱，多个环节赚多次钱，但前期我都亏，到后面壁垒是非常深的，除了外部环境风险需要持续关注。

坏处就是前期成本确实比较大。第一年投入已经投了，第二年可能就不用投入了。但如果我们今天发布的那种 BOX 甚至是手机形态的产品，因为它高度标准化，我给你一个软硬件一体的，你手上什么都有，也不怎么需要我们运营，一个小企业就可以用，那我们肯定是赚钱的，要不然我肯定不卖。

但像某物流行业客户这种，大厂要跟我们竞争就没那么容易，他们还是一通电话多少钱、一分钟多少钱，不是按结果付费。这有好有坏吧。但你看我们以前信贷行业的例子，切得很深，最后一旦成熟之后，业务表现其实是很不错的。

百融智能创始人、董事会主席、CEO

现在是百融历史上财务上最困难的时间，因为我们要换挡。在别的行业，你就要经历一

遍当时信贷行业走过的路。但我们很庆幸，某物流行业客户这样的案例最后也证明了包圆模式是 OK 的，还是按结果付费。以前有人质疑我们：你在金融行业按结果付费，在别的行业做得到吗？我们回答不了。现在至少在一家物流客户身上回答了这个问题。

百融智能 IRD

行，非常感谢。那技术上怎么样去保持领先？这个问题我们先请研发负责人回答，然后看有没有补充。

百融智能 研发负责人

我觉得这里面分几层。首先在解决行业问题上，是行业的理解。我们底层的工具、技术层是统一的，但上面有 FDE 和我们行业专家那部分的工作。如果大厂不投时间、不投资源进来，是很难去提升的。

再往下是我们的语音底座，也就是 Harness 这一层。 今天大家可以看到市面上非常多的 Harness，但这些 Harness 都是为文本设计的，我们这套是不一样的，是单独为语音场景设计的。语音场景和文本场景有很多不一样的工作。比如今天下午我们在会议里也做了展示：降噪怎么处理，多说话人怎么处理，用户的表达里哪些是有效语义、哪些是无效语义；再比如要提取信息时，要让用户提供身份证号、手机号，在语音里说的时候，什么时候判断它是完整的，哪些需要补充、需要改进。这些全部包装在我们语音 Harness 这一层里。目前在国内，大家可以看一下市场上无论是开源还是闭源的产品，做这块的非常少。为什么？因为它的技术门槛比文本要高。这块我们目前也没有看到一个非常成熟的平台，我们的 Harness 平台这一层有它的独特性。

再往下是模型层，这里面我们积累更多。过去超过十年，我们在电话这种语音场景里积累了大量数据。刚才两位投资人在那边讨论，我们的模型是自己训的、是预训练还是微调？我们这里面有好几个来源：有基于开源继续预训练的，也有基于开源微调的，但我们要强调我们自己完全预训练的模型。

比如语音场景里有不同的采样率。什么叫不同的采样率？语音场景是模拟信号转数字信号，一分钟要做多少次采样。在我们电话场景里，大量音频是 8K 采样率；但在大厂原来的很多语音里，采样率都是 16K 打底，大量实时语音沟通是 44K 采样率。这就会导致它的模型比较娇贵，依赖大量有效数据接入。而在我们电话场景里，只能提供 8K 的采样率，数据稀疏，特征就少很多，那样一些模型拿到这个场景里，可能就不能很好地解决问题。

这一块今天的榜单上也有一些发布，我们把中间的一些模型开源出来，供全世界的研究者拿去做真实场景的评估。像 VoiceBench 这个榜单，我们做到了全球第一，国内外的大的实验室、前沿实验室都在里面。VoiceBench 是全球第一个面向复杂语音场景做 Agent 能力评估的场景。刚才说的，在非常复杂的音频环境里，有用户噪声、多人说话的情况下，能不能很好地处理，我们这个处理能力是全球第一，发布榜单的时候是全球第一。

还有，用户说话的时候有气口，哪些是有效打断、哪些是无效输入；各种场景里还有黑话、术语，标准的 ASR 可能都识别不出来，我们在上面也有相应的方案。我们有一些双工判断的模型，就是把一段音频给到 agent 去判断——这个人话说完了没有，这句话是不是有意义的输出。这个模型我们的能力也是全球第一，也开源出来，让全球的开发者来检验。

总结一下，我们要交付一个好的语音 agent，需要三层：要有 FDE 的行业经验，要有一套很好的驾驭系统，还要有非常强的模型能力。这构成了我们技术能力上的壁垒。一个竞争者想进来，我觉得还是要花相当长的时间，因为我们不是从去年才开始建这个工具，我们可能是从 5 年前就在这个领域持续投入，这是工程、数据和算法持续累积的结果。

百融智能创始人、董事会主席、CEO

做一点补充。刚才同事讲的，如果你不关注、不是特别了解，你可能不知道这里有个关键点。你跟某通用语音助手说话，会觉得它特别真，对不对？但有些公司之前用某通用语音助手，这个语音后来换成百融。互联网上说话，比如你打微信电话，1 秒钟采样至少 16000 次，有些是 32000 次，有些 44000 次；真实电话 1 秒钟只采样 8000 次。也就是说互联网通话的信息密度很高，数据质量好很多。好比一个选手平时训练都是喝红牛，上场真打架的时候只有矿泉水可以喝。所以你把一个在 16K 以上、32K 上训的模型直接挪到 8K 上，效果直线下降。而我们那个原始模型就是基于 8K 训出来的，因为我们一开始就是打街头架出身的。我们 26 亿通电话全是真实的电话信道，一秒钟只有 8000 次采样，所以难很多。一秒钟只有 8000 个点；而互联网上微信电话、某通用语音助手都是至少 16000 次。你不是这个领域的人，根本不知道还有这个区别。所以一旦把某通用语音助手的模型挪到电话上，效果立刻就没有那么好。所以你今天仔细听我那个录音，我说了一句话：我们的网页其实同时打了两个电话，第一通是网页电话，音质就比第二通好；第二通是真实私人电话，音质就没有那么好，因为它采样率低。这不是我们定的，是电信网络定的。所以好多投资人都不理解，觉得大厂无所不能，不是这样子的。那个领域很传统，大家也不关注。我们过去记的全

是真实的 8K，真实呼叫中心就是 8K。你一把某通用语音助手的模型挪过去，效果就不行，他们还老觉得奇怪：我跟某通用语音助手聊天那么好，为什么挪过来就不行了？它没有这个数据。而且我刚才讲，它还和通信有关，和 AI 没有关系。你要把这个事情做圆，有好多跟 AI 没有关系的问题要解决。你不解决，这个效果就不好，所以人家就不想承诺按效果付费，只有百融敢做这个事情。这里头好多问题，和 AI 都没关系，我们都要解决。

百融智能 IRD

好，非常感谢。我看后面有投资人举手很久了。

投资人

你好，我是君山资本。想借着刚才提到的财务问题再进一步问一下，讲到这个外部环境变化对咱们整个营收的负面影响，咱们管理层有没有一个大概的预估，还会持续几个季度？谢谢。

百融智能创始人、董事会主席、CEO

是这样，首先这个事不会变得更差了。按月来看，不会比现在更差；按年来看，明年会不会减少不一定。因为真正大规模产生那个影响是今年 4 月份以后。其实我们今年到三四月份又开始增长起来了，一度以为还可以恢复，后来又出现一些意外事件，但按月来看不会比现在更差了。按年有可能还会变差，因为今年上半年第一个季度还是可以的。

投资人

其实咱们没有刻意去削减这部分的业务。

百融智能创始人、董事会主席、CEO

是这样子的，我们自己的精力、资源可能会向别的领域倾斜，肯定有的。但我不会说客户给我们单子我不接，倒没有这样去做。

百融智能 IRD

但是对于这块业务的资源投入，刚才财务负责人已经解释过，我们已经做了相应的一些削减，后面会看情况。

投资人

好的，谢谢。

百融智能 财务负责人

我补充两句。我们也在做明年的预算，也能够看到最近的趋势。分两块：一块是 AICC for 信贷，这个直接跟成交量相关，也是受外部环境影响下降最明显的一块。如果大家定期观察我们的财报或者行业趋势，它已经急速下降到一个比较低的水平。虽然说明年它的趋势还是会减少，但因为水平比较低，减少的幅度也会降低。另外一块是我们做决策分析的，不跟成交量绑定，而是给他们提供这些服务。这块我们目前已经看到一种稳态，这个稳态我们自己感觉比上半年更稳，好像是真的稳住了。

百融智能 IRD

对，我也补充一个点。其实我们现在核心，包括今天的发布会 VoxOne，也预示着公司未来聚焦的、资源投入的业务就是 AICC 和新场景。刚才一开始也有投资人问了很多关于客户拓展、包括我们现在一些储备客户的问题。如果大家留意的话，今天第一排的嘉宾很多来自航空业、金融行业头部机构，还有物流行业。某种程度上，他们愿意来、有些嘉宾愿意上台站台，也是因为我们的合作，以及他们对我们产品、对技术的认可。包括一些商务上的洽谈也在进行中。 所以我不能做具体的保证，但从现在这个时间节点看，财务上百融可能是黎明前的黑暗；但从业务上、战略上，我们很清晰知道就是要走 AICC 这个方向。业务上我们也看到很多客户已经陆续跟我们做非常深度的洽谈，不是这种初次接触，而是要去 POC 的进度。对公司未来 1-2 年，我们整个公司的士气上也是非常积极地看待这个事情。

百融智能创始人、董事会主席、CEO

总结一下，这确实是从纯财务角度讲，公司成立以来有史以来最困难的时期，因为存量下滑很严重，而收入靠有机增长，速度肯定弥补不上外部环境变化导致的下滑。但我们看到的趋势是，我们成功地把以前金融行业按结果收费的模式复制到了非金融行业，比如快递物流，简单一点；现在又开始做第二个行业——航空公司。某航司已经内部测试通过，下一步就是要上真实流量，真的客户来用，第一步切一部分给我们。可能我们也收不到钱，但这个商业模式他同意了，按结果付费。所以我觉得这个商业模式，过去 1-2 年有投资人担心我们不能复制，但事实上，只要按结果付费，基本没有什么客户不愿意，因为他一定是赚钱的，才跟你合作。如果我们去卖盒子那种就不一定了，我可能就给你一个，你自己弄，标准化的我们不一定；但对于这种包圆的，我们是承诺按结果收费的。别人要替代我们确实没那么容易。

你刚刚问竞争，竞争不完全只是技术层面，还有你了解这个行业，你要不要解决它通信

和 AI 没有关系的问题。互联网大厂内部技术是很强，他就简单假设他的客户跟他一样强，但不是的。他一旦复制过去，周边一堆东西客户没有，所以效果就不好。好多大厂就是这样，因为他没做过 To B，就简单假设我的客户环境跟我一样好，其实比他差多了。百融以前吃过亏，我知道客户不是那样的，你得把什么东西都给他想圆，他才能跟你做得一样好。所以这里头的能力补充，第一不纯粹是技术，第二技术也不纯粹只是 AI 模型这一个环节。我们那个链条很长的，可能有 4-5 个、5-6 个关键链条，其中一个掉链子，最后结果就不好。

百融智能 IRD

好，非常感谢。由于时间关系，我们这个会议已经过去 1 个小时 15 分钟了。我在这里接最后一个问题，看看有哪位投资人。那要不第一排这位。

分析师

这个问题可能偏长期和组织。因为您特别强调 AI native 这个组织，今天上午圆桌前面的讨论中，您提到一个点对我非常启发：您说 AI 更擅长把多种不同的工种结合在一起，比如销售和客服。我们看到，目前我们这个业务刚开始生长，服务这些大 B 更多还是偏向百服的场景。但我知道咱们以前已经有过很好的成功。所以我想请您展望一下，在可预见的时候——因为生产力和生产关系是相辅相成的，像以前电力，一开始是点状的，后面改变了整个生产流程——以后会不会出现比如大 B 的流程再造？因为现在他们的销和服都是分成不同的部门。还是说可能会出现一些其他形态的组织、公司，能更好地使用像您说的 AI 这种复合能力的特性？谢谢。

百融智能创始人、董事会主席、CEO

这个问题比较宏大，也比较难回答。坦白讲，我觉得是这样：今天的百融，我们尽可能不去改变客户的组织结构，你以前什么流程我就什么流程。坦白讲，我 8 月份去了趟硅谷，回来觉得百融内部太保守了，人家的效率是我们的 3 到 5 倍，所以我危机感特别大。

我们现在还在开始尝试一种新模式，我们和咨询公司合作。因为这一层，百融还有一个内部叫“硅基员工之家”，是我们百融内部管理硅基员工的 HR 系统，是对内的硅基员工，没有对外卖，我们从来没想过把它拿出去卖。但有些咨询公司说，你还有这玩意，这个最适合我们咨询公司。因为我跟他讲半天，企业说，“你给我看看 AI 数字员工长什么样？”看到百融有这个，最后说我们合起来搞这个事情。我说行。

所以可能我们自己认为，我们公司的规矩是履带式的。第一个编程，我们已经没机会了，

我放弃掉；第二波我们认为就是客服、营销中心；第三可能还有别的一些，我们现在也在开始赋能销售。后面已经有些咨询公司说，你的智能员工之家是管理整个硅基员工和碳基员工协同关系的，那最后真落地是翻天覆地的变化。

但是那个事情是对整个企业最大的改变。我有两个例子：一位某股份制银行的领导，还有一个咨询公司的人看了之后说：其实你给我最大的震撼是你的智能员工之家，我从来没有见到一个上千人规模的企业以这种方式管企业。我说我与硅谷相比，还是不如他们。这个事情对企业领导的震撼是极其剧烈的。

所以我们今天先选了一个比较容易的呼叫中心，因为结果好衡量，大部分企业里它是成本中心。百融以前做得比较好，因为我们是帮企业赚钱的；现在动到成本中心，你看已经有阻力了，已经有某物流行业客户这样的阻力。所以有的时候就是进三步退两步，甚至进一步退两步都会发生，很曲折，所以我们这个事情还是要有正确的难度预期。但是一旦切进去之后，他要把你换掉，我觉得也挺难，因为涉及的环节太多了，没有人愿意像百融这样给你包圆做了。你给他做的环节越多，他换你就越难，因为深度嵌入到业务流程里去了。当然这个阻力还是有的。但总体来讲，我觉得今天的物流客户给了我们很大的信心。

百融智能 IRD

好，那非常感谢各位投资人的莅临，我们今天的交流就到此结束。谢谢大家。