

百融云创 2025 投资者日

百融云创 投资者关系部

时间：2025年12月18日下午5点-6点

地点：线下-北京望京凯悦酒店；线上-腾讯会议

【参会管理层】

百融云创创始人、董事会主席兼首席执行官——张韶峰先生

百融云创高级副总裁、RaaS金融行业云负责人——段莹先生

百融云创研发副总裁、百融百智负责人——冯勇先生

百融云创首席产品与市场官、副总裁——王伟民先生

百融云创执行董事、百融AI财富负责人——王青女士

百融云创执行董事、投资者关系总监——覃璇（Sandy Qin）女士

【发布会文字记录】

覃璇 (Sandy Qin) 女士 执行董事、投资者关系总监

尊敬的投资人、分析师及媒体朋友们，各位好。我是百融云创执行董事、投资者关系总监Sandy Qin。非常感谢大家在百忙之中出席今天的硅基生产力大会，见证了我们各种各样的产品，无论是百才、百盈，还是百鉴、百智，在各行各业我们都有Agent产品落地应用。

除此之外呢，我们现在专门为各位投资人举办一场闭门会议，就是帮大家拆解一下我们RaaS逻辑下各种业务口径和财务口径，以及我们对于未来的预测。

本场会议分为两个部分：①由我们的韶峰总为大家去做一下主题的演讲。②自由问答环节，在座的各位分析师、投资人欢迎举手提问，我们几位管理层都在现场，准备好与各位进行更深度、更坦诚的交流。

接下来，为大家介绍出席本次投资者闭门会的公司管理层。他们分别是：

百融云创创始人、董事会主席兼首席执行官——张韶峰先生

百融云创高级副总裁、RaaS金融行业云负责人——段莹先生

百融云创研发副总裁、百融百智负责人——冯勇先生

百融云创首席产品与市场官、副总裁——王伟民先生

百融云创执行董事、百融AI财富负责人——王青女士

下面让我们用热烈的掌声，有请公司创始人、董事会主席兼CEO张韶峰先生为各位作介绍。

张韶峰先生 创始人、董事会主席兼首席执行官

感谢投资人长期支持。我们百融是一个比较特别的公司，身上有非常多的标签，但是其实都不是我自己认可的。首先，我不认可百融是个软件公司，我从来不那么认为。创业之前我就说，我们都不要做软件公司，软件公司在中国是非常失败的。第二，我也不认为我们是个 Fintech 公司，但是因为曾经我们的主营业务收入重主要付费的企业是金融机构，所以有被市场误解，我们不做支付也不是助贷，百融跟那些公司非常不一样，我们是不过钱的。

我已经今天已经讲得很清楚，我们公司从创业伊始就是一个交付结果的公司。

公司 2014 年成立，我们开始做的是硅基的审批专员/风控经理；2017 年开始做语音交互立项，那个时候不叫智能体，我们就叫 Voice AI，然后做客服、做营销；前年开始我们决定把我们的业务扩展到百行千业。

我们的本质，比方我本人就是，我是一直搞机器学习，从大学开始，到了 Oracle 是管理培训生，整个亚太区一共就三个人搞机器学习，我是其中一个。我的上级有时候跟我说，你这个领域太偏了，没什么商机，劝我转行。但我一直一直就是没转，因为我坚信两件事，第一 Data，第二算法，这是我的信仰，那个时候还没想到算力那么重要。我从小学得最好的就是数学、其次是物理、再是计算机这三门学科，我本人近三十年坚守数据加算法信仰。

之前有股东建议我们把业务模式改成 SaaS，而且是美国定义的那个经典 SaaS。第一，我完全不认可；第二，中国根本不纯在 SaaS 模式，这个模式在中国不成立；第三，我认为中国会一步跳过 SaaS，跳到 PaaS。因为中国企业就是要结果，过程都不重要，工具没有价值，而是要 TaaS，“T”是 Transaction，能不能直接完成交易，能不能分成，这是 RaaS 里面非常极致的，帮他赚钱，是 Revenue as a Service。股东表示不要叫 TaaS，太窄了，不光是完成交易，可以叫 BaaS，Business as a Service，所以百融财报上才有了 BaaS。

所以长期以来，别说资本市场，连我的一级市场股东都没意识到我们的业务内核，因为我们做的太早了。

我们要知道 AI 赚的是多少钱？AI 赚的是人的工资，如果把美国服务业每个行业的员工数和每个人的月薪年薪加总算出来就是万亿级别的市场，人是里面主要的成本，AI 价值在于辅助人类降本增效而非传统软件服务，中美在此领域首次有可能科技同频，我们就是要以硅基员工的模式来收取碳基员工工资的方式去跟甲方合作，公司坚持此理念十一年已成功验证。

现在给大家汇报下百融，百融是为数不多持续盈利的 AI 公司。上榜摩根士丹利“China AI 60”顶级榜单，与腾讯、阿里、百度同列。我们的产品百融百工单次检索<50ms,准确率>98%，

内部工作场景 AI 渗透率达 80%；Voice Agent 通话延迟做到 40ms；Avatar Agent 120 万面+超级大脑。

为什么软件不行？因为大部分工作还需要人在中间做人肉 API，人的成本占百分之八九十，所以中国软件不值钱。百融做的事情很简单，就是开发硅基员工，类似人肉 API，串联起不同的软件工具。硅基员工和碳基员工对比，碳基员工的成本是硅基员工的 100 倍以上，这不是个技术问题，可能是个社会问题，未来 3 年，可能 80% 办公室日常工作将由硅基员工完成。碳基人未来将主要做：第一，提供情绪价值；第二，做宏观决策；其余都可以交给硅基人。这不是预测，是百融已经在帮客户实现的现实。AI 赛道挺广泛的，我们有做和不做的，通用大模型有大厂做我们不做，我们做能理解特定领域、特定行业问题的专属大模型，比如风控大模型、合同审核大模型、面试大模型，这种垂类大模型参数可能只有通用大模型参数的十分之一。

这是我们公司的定位地图，百融的战略卡位在 L2-L5——专属大模型（行业&主动）+智能体工厂百工百工 CybotStar（企业级）+智能体商店；覆盖 8000 多家客户，从金融行业到运营商等其他行业。第一，金融行业是特别适合智能化的；第二，金融行业对我们的要求特别高，他恨不得一点幻觉都没有，把我们揉搓得遍体鳞伤，但结果呢，一离开金融行业，我们打遍天下无敌手，因为没有几个行业要求比金融行业高的，金融行业一句错话都不能说，大部分都比金融行业低。现在我们大的运营商也突破了。我们做的这不是简单的中间件，是让企业从‘造 AI’到‘用 AI’的桥梁。我们的商业模式不是卖工具软件，而是交付结果，我们的收费模式对标碳基员工，无论是工资还是订阅，本质都是 Results as a Service，客户成功才付费，这是真正的价值对齐。板块一：CX（客户体验）通过硅基问答、电销、客服专员，解决机构“对客”效率问题；板块二：EX（员工体验）通过硅基报告生成、质检、合同审阅专员，解决机构“对内”成本问题。公司的护城河是全栈式的 AI 基础设施与工程化能力+私域数据+行业 know how。我们的客户地图已覆盖 8000 多家客户+垂类场景 98% 的核心客户留存和 97% 的调研客户满意度。具体到我们的硅基员工 CX 和 EX 介绍，前面发布会讲的比较详细了。

接下来是我们的财务重点，2025 上半年收入 16.12 亿，同比增长 22%，并保持了 73% 的毛利率；调整后净利润率 16%。现金储备 37.29 亿，财务弹性充足。未来我们会按照 EX、CX、AI-PaaS 来为大家拆解业务线的收入和利润表现。除了前面介绍的 EX、CX 之外，AI-PaaS 是我们的百工智能体平台+AI Agent 赋能泛行业伙伴等新的孵化业务。AI-PaaS 有几个投入方向，一个是买各种各样的硬件算力一类；第二是买训练数据训我们的模型；第三就是我们

的人才。AI-PaaS 是公司的基础设施，目前和未来一段时间还处在重投入期，但是长期的市场空间是无限的。

AI Agent 的市场空间不是单个行业的交易规模，而是整个服务行业的劳动力市场，市场空间无限。图片展示的是硅谷的逻辑，护士、Junior 律师、Junior 会计师等都将会被硅基员工替代。2023 年中国可替代服务岗位市场规模 13.6 万亿元，但 Agentic AI 渗透率不足 1%，对应可触达市场规模仅 739 亿。预计到 2030 年，替代率提升至 10%，对应可触达市场规模接近 2 万亿元，年复合增长率 58%——这是“小渗透、大市场、高增速”的黄金赛道。我们会参考 Roll-up model 的逻辑，通过战投等方式渗透到更多传统企业，通过 AI agent 实现企业内部改革，带来业务和财务双重回报。

2024 年我们的核心客户数和 ARPU 的数据在对比下来看，我们是远远高过友商，更多的数据我们会在年报时披露给大家。

覃璇 (Sandy Qin) 女士 执行董事、投资者关系总监

关于市场对标，我们选取了一些比较火热的 AI 厂商，有的收入是我们的三分之一，且尚未盈利 VS 百融已盈利，毛利率我们比他们高 30%，账期我们是 3 个月，友商有 9 个月的；但估值对比，他们几十倍 PS vs 我们 2 倍 PS，可以看到百融被严重低估。另外有更多的 AI 公司对比，像 ServiceNow 的流程 OS → 我们是岗位 OS (AgentOS)，能“把活做完”。像 Snowflake 的消费 → 我们消费的是结果单元 (RUs)，非算力/存储。像 Salesforce AppExchange / Shopify App Store 的生态分发 → 我们私域/受邀公开 (Agent Store) 上架、模板复用、伙伴分成。

张韶峰先生 创始人、董事会主席兼首席执行官

Agentic AI 是一场生产力革命，是新时代的工业革命，有机会在已有大公司基础上拓展出新的一批大市值公司。我们希望用几年的时间，成长为 Agentic AI 革命中的下一个 John Rockefeller，下一个 Andrew Carnegie。硅基人(智能体、Agent)适用的 3 大领域①拟人的交流互动，②非结构化数据的处理，③灵活、复杂流程的处理。智能体协作、持久记忆、语音交互——让 AI 走出实验室承担岗位责任，百融已经具备这三种能力，且在多场景高度商业化，我们让 8000+机构客户用零代码平台造出专属 Agent。

风控、营销、财税法、贷后、情感语音…全部是专属大模型，基于场景落地需求的 AI

技术应用，这是百融的核心研发理念。网信办双备案（深度合成算法+生成式 AI 服务），在民企中极为稀缺，技术安全和数据合规达到国家最高标准。实验结果显示，百融 BR-LLM-ProActive：时延最低、成本最低。百融 BR-LLM-Fin 多数考试：时延最低、效果与头部不相上下。百融百工 RAG 多业务场景效果评估优于竞品，且对复杂 Excel 解析效果优于竞品。技术领先不是目标，商业化落地才是。我们花了 11 年时间，把 Agent 从概念变成可规模化的生产力。百融从 Day1 就有了百工平台，从内部赋能到如今对外商业化。不是盲目跟风。从决策式 AI（模型）→生成式 AI（交互）→Agentic AI（端到端完成任务）。百融不是传统软件公司。在行业深耕，百融已在多场景实现“硅基员工”已上岗。

公司高管团队拥有技术+垂类行业复合背景，外部董事团队拥有顶级学术+产业+资本多元视角，股东阵容包括国家队+顶级 PE+产业资本三重加持。

王青 执行董事、百融 AI 财富负责人

硅基电销专员可任职于银行等金融机构，面向 C 端客户营销金融产品并按结果分润；硅基理财师融合多位十年以上理财专家经验，提供标准化投顾服务，以 7×24 小时 copilot 模式辅助客户经理服务客户；硅基质检专员能持续学习金融法规、自主编写质检规则，端到端完成质检报告生成与工单流派发，实现质检任务闭环；硅基培训师则支持客户经理通过微信小程序扫码进行一对一 role play 产品通关，替代传统线下人肉培训模式。

冯勇 研发副总裁、百融百智负责人

最初开发多智能体系统为律师、财务分析师等专业人士生成专业报告时，发现其线下访谈依赖传统录音笔，流程繁琐（录音、导出、转码、再交予大模型），因而推出这款 AI 录音卡片，旨在帮助投资人、分析师等用户将线下会议无缝接入 AI 以构建上下文；其核心并非录音本身（录音卡可随处购得），而在于能整合录音、电脑资料、公司信息等多源数据，直接生成深度专业报告，用户仅需稍作修改即可完成，例如某律师案例中原需 5 个月收费 500 万的工作，AI 仅用 50 分钟便能高质量完成，这才是区别于科大讯飞等录音产品的核心价值。

覃璇 (Sandy Qin) 女士 执行董事、投资者关系总监

感谢韶峰总的精彩讲解，接下来，我们将进入自由问答环节。QA 环节约 20-30 分钟，为兼顾现场与线上朋友的交流体验，我们的安排如下：

首先，优先开放现场提问，烦请场内各位投资人和分析师朋友举手示意，我们的工作人

员会将麦克风递到您手中。同时，线上参会的各位朋友，您可以通过腾讯会议的“提问”功能提交问题，我们的工作人员会实时收集并筛选，在适当的间隙为您转述提问。那么，我们先从现场开始。哪位朋友愿意第一个提问？

现场问题1. 市场上投研的工具多、竞品做得也挺好，但是没有硬件，百融做硬件的原因？百融的竞争优势？

冯勇：公司最初以百智多智能体硅基分析师软件切入多行业专业报告生成，继而向前链路延伸发现传统录音硬件效率低下，因而开发新硬件以提供从软件到硬件再到软件的全链路服务，目标用户并非个人而是券商分析师、律师、财富顾问、保险经纪人等行业专业人士；同时依托自身to C与to B并行优势，在拥有行业数据和楼宇信息的领域打造高质量报告，并追求“硅碳比”达到9:1的理想状态，即90%工作由硅基完成、10%由人工完成，最终形成软件硬件结合、效率极致优化的完整解决方案。

张韶峰：最初仅有百智软件时，因专业人士面谈信息导入困难（即便使用科大讯飞等产品也需繁琐导出导入），且手机录音存在发热、时长受限、来电中断等问题，遂开发专用录音卡片作为面向报告产出的信息源采集工具，该卡片可收集会议面谈等信息并结合电脑文件、公司资料及网上爬取内容综合生成深度报告，最终目的并非录音而是产出高质量智能报告；公司此类创新业务向来如此，所有产品均为百融内部先行使用以提升硅碳比而打造的硅基员工，应外部需求才开始对外推出。

现场问题2. 开发智能体的技术本身已经比较低，配好知识库等更重要，为什么机构不自己开发反而向百融付费？效果有什么不同？

张韶峰：不同意将百工与扣子、Dify视为同类产品，百工是面向金融、运营商等高端行业的企业级经济开发平台，而扣子仅适用于Prosumer（专业消费者）层级，二者客群定位迥异；即便使用相同大模型（如deepseek），百工凭借AI出身的团队能将底层能力榨干，实现90%准确率，远超Dify的20%+，且百融大模型结合专业产品优化后效果更佳；对于具备开发能力的企业，选择百融是因为99.9%的企业基础设施远不及字节跳动等巨头，而巨头又不愿做苦活累活，百融通过提供pass层及周边配套能力，确保豆包等模型在生产环境中的效果远超企业自行部署，这正是企业级与Prosumer玩具的本质区别，也印证了MIT报告所指出的企业自研AI普遍失败的现实。

王伟民：企业级平台的核心在于全链路可观测性与安全合规：首先，硅基员工需像碳基员工一样接受KPI、OKR及绩效考核，且过程必须全面可观测；同时必须与现有生产环境数字化系统互联互通才能获取数据和指令。其次，硅基员工上岗前需通过安全沙箱评估与持证校验确保production ready，避免交付过程中造成任何损害；此外还需具备计量计费能力支撑商业模式，并处理行业暗知识——这些暗知识不在公共大模型中，需要通过争执、标注训练等方式沉淀到模型里，这些都是企业级平台区别于消费级产品的关键能力。

段莹：开发客服智能体虽快（10分钟到一天即可搞定），但生产可用性差异巨大：以百融每日八千至九千通客服进线为例，核心指标在于转人工率与准确率，随意开发的产品转人工率达45-50%、准确率仅80%，完全无法投入生产；而工业级平台需通过海量语料训练将转人工率压至20-30%以内，准确率提升至95-96%以上，每提高一个百分点都需极致的效率性能与场景优化，这正是工业级生产可用平台与"Hello world"式玩具的根本区别。

覃璇 (Sandy Qin) 女士 执行董事、投资者关系总监

由于时间关系，我们问答环节完毕。感谢各位的提问，也感谢管理层的解答。再次感谢大家参加百融云创硅基生产力大会及投资者日会议，如果各位有更多问题或者建议，欢迎登录公司投资者关系网站 ir.brgroup.com 或发邮件至 ir@brgroup.com 问询，此外，欢迎各位扫码关注百融数字 IR 助理“百融融”，百融融可以和各位直接互动，并定期发布公司业务动态和进展。我们期待下次继续与各位会面交谈。感谢！