

证券代码：002230

证券简称：科大讯飞

科大讯飞股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20201229

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
参与单位名称及人员姓名	海通自营卫书根，华夏久盈桑永亮，泰康资产陈虎，华创证券孟灿，大家资产李超，北京沅沛投资管理有限公司马惠明，淡水泉（北京）投资管理有限公司罗怡达，阳光资管王涛，交银施罗德基金刘庆祥，华创证券张璋，国寿资产赵花荣，上海世诚投资管理有限公司陈之璩，安信证券资产管理有限公司袁谅，中银基金张发余，广东谢诺辰阳私募证券投资基金管理有限公司郭乐颖，光大保德信基金何奇，上海磐厚投资管理有限公司于昀田，民生加银基金孙伟，东方基金文煊，上海宁泉资产管理有限公司陈逸洲，深圳市景泰利丰投资发展有限公司杨志飞，新华资管惠宇翔，南京证券李栋，招商基金滕越，平安养老邵进明，北京沅沛投资管理有限公司孙冠球，汇添富基金刘伟林，百年保险资产管理有限责任公司李振亚，深圳市明达资产管理有限公司谢硕，深圳前海瑞园资产管理有限公司丁科明，名禹资产王友红，中海基金左剑，深圳市景泰利丰投资发展有限公司吕志伟，上海证券自营部门沈晨云，新华资管耿金

	<p>文，深圳前海珞珈方圆资管赖欣，西部利得基金吴桐，上海彤源投资发展有限公司薛凌云，上海混沌投资戴惟，华夏久盈刘强，国联安基金吴畏，新华资管马川，华创证券研究所朱研，民生加银基金王晓岩，广东谢诺辰阳私募证券投资基金管理有限公司刘泳，诺安基金刘慧影，广东谢诺辰阳私募证券投资基金管理有限公司梁文杰，熠星投资熊晴川，中金基金侯明威，上海重阳投资管理有限公司王晓华，太盟投资集团汤逸纯，中信证券资产管理部黄源，华创证券研究所江赛专，上海聚鸣投资管理有限公司李和瑞，深圳易同投资管理有限公司朱龙洋，中海基金李东祥，华创证券资产管理部孙元，大家资产高翔，名禹资产王益聪，深圳市前海海运通资产管理有限公司吕科，招商基金马思瑶，华创证券邓怡，合众资产宋谦，浙江巴沃资产管理有限公司戚丽雅，国投瑞银基金王鹏，创金合信基金周志敏，中信证券资产管理部卢华权，北京鸿道投资管理有限责任公司方云龙，博时基金王赫，基石资管蒋朝庆，广发证券王奇钰，建信养老基金王新艳，华夏久盈孟德鹏，人保养老贺宝华，招商基金陈西中，广东谢诺辰阳私募证券投资基金管理有限公司梁文杰，丹羿投资陈宇，中润投资有限公司罗志强</p>
时间	2020.12.29
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	高级副总裁、董事会秘书江涛、IR 总监刘莹

## 投资者关系活动主要内容介绍

对投资者关注的公司业务发展相关问题进行交流，归纳如下：

**问：**可否介绍一下近期在蚌埠召开的教育部现场会的相关情况？

**答：**蚌埠现场会在 12 月上旬如期召开，教育部副部长、安徽省分管副省长、教育部基础教育司司长等领导亲自到现场出席。会上对科大讯飞因材施教区域智慧教育解决方案的统筹建设的模式，从效果层面、效率层面、社会影响层面等方面进行了研讨和评价，应用效果得到了一致肯定，以及部委的相关领导、地方政府从省级到市区级政府主管领导的高度肯定。

首先在效果层面，通过平台数据统计以及各校典型一线老师代表的发言，进一步验证了我们区域智慧教育解决方案在帮助师生实现减负，以及减负之后进一步开展素质教育的价值，总体效果是很明显的。在教师减负方面，蚌埠一期试点中，在阅卷过程中文科类的阅卷时间降低了 50%-70%，理科降低了 30%-50%，大幅减少老师批改卷子的时间；在备课过程中平均节省时间 33%，让老师能够腾出更多的时间去关注孩子的个性化成长。在学生减负方面，从作业量、作业时间以及相关的效果方面进行了交叉验证：在作业时间和作业量下降的同时，学习成效还有显著提高，尤其是大家比较关注的错题解决率有了明显的提升。中央最近一直在强调的五育并举，包括德智体美劳。只有真正实现减负增效，五育并举才具备条件，否则所有的孩子都在忙着刷题做题，就没有时间来落实五育并举了。

其次是模式优势。会议上大家对这种统筹建设，从交付效率、整体运行成本、可持续性方面进行了研讨，其模式优势得到了参与会议的各级领导的一致肯定，在会上形成了良好共识。可以说蚌埠现场会是一个重要的里程碑。我们2020年主要还是在打造样板，随着效果进一步显现，明年会有更多的区域按照这种模式进行建设。

**问：**目前因材施教区域智慧教育解决方案落地的区域有哪些？

**答：**安徽省内除了蚌埠进行全市建设之外，可以看到其他已经落地的区域例如六安市、芜湖市芜湖县，以及旌德县等也已经落地。这次蚌埠现场会开完之后，蚌埠教育局官网发布了部里和省里的领导要求，要在六安、淮南等地率先推进全市覆盖。

除了安徽省内，省外已经落地的，大家可以在网上能公开看到的信息，例如重庆两江区、昆明五华区、新疆皮山县、江苏丰县，以及最近落地的山西长治等，这些项目都已经能在网上看到了，可以说在省外各地的销售团队都在持续的拓展和推进。

当然，需要在这里强调一下，这些区域解决方案项目并不是讯飞的最终目的，它仅仅是第一步，是一个能够自上而下地把科大讯飞智慧教育体系完全理顺的模式。在这种模式下，从理念到方法论，再到具体的 A.I.系统和老师配合的流程考核机制都能完全理顺，之后就能产生较好的应用效果。随着此类样板不断构建，会起到两方面的效果：

一方面科大讯飞的数据、算法，和应用产品的体系会持续的迭代，数据底座会越来越扎实，产品的涟漪效应会越来越明显，从而不断保持科大讯飞在产品和应用效果方面的优势以及应用效果；

另一方面，鉴于我们在部分区县推广智慧教育解决方案的同时，在其他区域目前还是以对学校进行推广，以及面向家长的 C 端产品推广模式。那么在建立起区域解决方案的标杆以后，在没有建设区域解决方案的区域，我们扎实的数据底座以及持续迭代的算法和产品体系依然能使我们在未来更大的市场空间中具有足够宽的护城河和足够多的先发优势。

**问：**目前个性化学习业务的进展如何？特别是个性化学习手册的收费校和试用校数量，以及续约率如何？还有学习机后期的推广是如何规划的？

**答：**个性化学习业务主要有两方面，一方面是个性化学习手册，另外一方面是个性化学习机，针对学生在课余时间自主训练和学习的产品，目前主要是围绕这两个方向。这两个方向都是提供个性化的服务，能够找到孩子的薄弱环节，能够有针对性的辅导。个性化学习手册到目前覆盖了 1000 多所商业化运营学校，以及部分在试用过程中的学校。基于以组卷、阅卷服务为主的智学网已经有 1 万多所学校在使用。个性化学习手册产品目标客户群还是以高中校为主，Top 前几千这个范围的学校具有商业化运营价值。

从学校的续约率和续费率来看，基本上是能够达到 100%的。一个学校一旦开始使用后，它能够体验并认可个性化学习手册的整体服务效果、老师学生减

负增效的效果之后，到了下学期学校一定还是会继续去使用的。那么从学生层面来看的话，我们现在在做两件事情，一个是持续在把试用校转化成运营校，持续提高用户基数；另一个是在运营校里去加强运营深度，扩大单校产出。从平均订购科目数的角度来看，每个学生的单用户 ARUP 值也在持续的提升，在单校内的这种持续深度的运营的空间还是非常大的。

至于学习机产品，学习机作为一种新的品类，还处在消费者认知的市场教育过程中，目前以线下销售为主，包括 to B 端的渠道线下能占到 7 成。因为学习机是一个体验性的产品，线下还是比较重要的渠道，今年我们年初做的渠道建设规划因为疫情受到了很大的影响，没有顺利开展，明年会作为一个重点来做。线下渠道如何跟讯飞的一些优势去结合，会有一个持续的探索过程。讯飞肯定不会与其他厂商去比拼线下门店数，这不是讯飞擅长的，而是会结合讯飞已有的优势去探索新的渠道模式。

**问：**我们看到目前在教育行业里也有很多厂商宣称在研发 A.I.技术，讯飞如何在教育行业内构筑技术壁垒的？

**答：**我们在推出个性化学习手册产品的时候，就必须解决针对学生过程化学习数据的采集和分析。鉴于学生学习和考试的平台在未来很长一段时期内仍然会是以纸质试卷为主，所以手写是一种必然的方式。那么我们必须要让机器能够去识别其手写内容，并且要能理解含义。要做到这点，除了使用图文识别技术之外，还要结合一定的自然语言理解技术，以及底层的围绕认知智能相关的核心技术，这个技术门槛其实相对来说是非常高的。过去几年，我们在围绕认知智

能的技术层面上投入了非常多，包括智学网从 2015 年开始做的免费推广，其实就是在不断的通过学生基础的过程化学习数据来持续迭代整个系统的能力，来提升阅卷的准确度。现在部分省份的高考已经采用了讯飞阅卷技术去帮助阅卷，帮助老师批阅学生的作文。我们和国家教育部考试中心，也已经形成了长期的深入合作。我们在推出个性化学习业务后，很多厂商也想推出这种服务，尤其是针对校内的用户群体的服务，但是经过一年多的时间，很多厂商都卡在了技术门槛的层面上。所以说在这个层面上，还是需要公司经过多年的积累。

**问：**2020 年公司消费者业务整体情况如何？

**答：**2020 年对于讯飞消费者业务是很特殊、也是压力很大的一年。整体来说还保持了比较好的增长态势。其中翻译机是受疫情影响比较大的，由于目前整个出国旅游的市场基本上是完全冻结的，翻译机的营收减少了大约 90%。但其他的业务整体上还是保持了比较好的增长态势，包括一些探索的新产品也比较顺利，包括新发布的词典笔这类产品，这中间有一些产品第一代上线后还不太成熟，还有一个打磨的过程。围绕办公这些场景的产品体系我们也在持续的发力。在智能硬件方面，讯飞正继续将整个链条上所需的各种能力：供应链的能力，渠道的能力，工业设计的能力，以及软硬件一体化的能力进一步加强，等将链条中的短板逐渐补齐以后，我们相信讯飞在未来还有机会去争取更大的市场。

还有一块是讯飞的开放平台，现在已经对外支持开放 300 多项 A.I.能力了。这些通用的能力免费提供给开发者和初创团队。对于有定制化需求的厂商，

或者说使用规模相对较大的，需要保证一定的处理响应能力服务的厂商，会收取一定的技术开发费用。

2020 年的消费者事业群的主要增长模式还是依靠新产品和新品类的增长推动，同时也为之后的非线性的增长做准备。

日期

2020.12.29