

業 務

概覽

關於我們

我們是中國最大的數字人智能體提供商，向多個行業垂直領域的企業提供硅基勞動力。根據灼識諮詢的資料，就根據2024年提供數字人智能體解決方案產生之收入而言，我們在中國所有數字人智能體提供商中排名第一，在中國數字人智能體行業中持有32.2%的市場份額，處於領導地位。根據同一資料來源，於全球數字人智能體提供商中，就2024年提供數字人智能體解決方案產生收入而言我們位列第二。

自2017年成立以來，我們始終站在人工智能技術演進的前沿，不斷推動數字人智能體的職場能力邊界。我們認為AI不僅是一種工具，它還可被視為一種新型的勞動力。我們把這種數字勞動力起名叫做「硅基勞動力」，使其區別於「碳基」人類勞動力。「硅基勞動力」一詞亦直接啟發我們公司的命名，「硅基智能」正體現此基礎理念。

在我們對AI演進之戰略方針指引下，我們專注於數字人智能體以及擬人多模態智能交互技術之研發與商業化應用，技術範疇涵蓋語音識別、自然語言處理及計算機視覺。我們已構建全面閉環的AI架構，旨在實現全棧式技術覆蓋：從底層算法到上層應用，從AI Copilot功能到AI Autopilot功能，從單體智能到群體智能，從人類主導轉向AI驅動的內容生產，其特徵在於自進化、自迭代與自優化。我們為各行各業的客戶提供包括硅基智能語音、硅基數字人視頻、硅基數字人直播、硅基數字人智能交互以及硅基全自動內容生產在內的一站式硅基勞動力解決方案。我們的硅基勞動力解決方案可幫助客戶顯著降低用戶服務成本、內容創作成本及市場營銷成本，同時提升運營效率並改善客戶體驗。藉助炎帝大模型及DUIX ONE，我們的硅基勞動力解決方案在多模態數據融合準確度、跨模態轉換速度、語義相似度匹配準確度、物體及場景識別準確度等方面獲得客戶高度讚賞，並通過任務自動化及縮短回應時間提升了客戶效率。

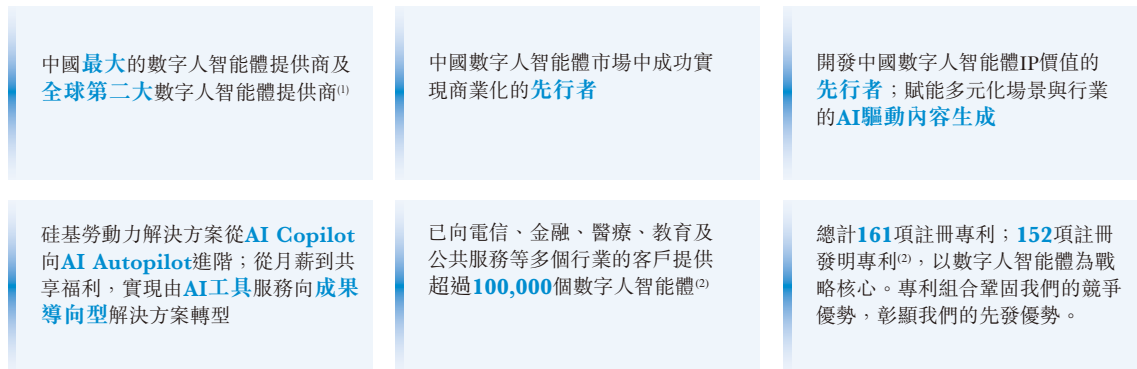
我們的成就

受自動駕駛行業中廣獲驗證的L1至L5階段發展範式啟發，我們為中國數字人智能體行業提出相應的L1至L5發展藍圖。此藍圖旨在推動內容生產模式從人工主導升級為AI驅動，加速實現從AI Copilot到AI Autopilot的轉型。類似於機器人行業中的具身智能概念，我們透過聲音克隆、外觀克隆與思想克隆技術，在AI領域創造出數字人智能體。

作為中國數字人智能體行業的先行者，於2017年，我們推出硅基勞動力解決方案，驅動數字人智能體技術發展並塑造市場趨勢。根據灼識諮詢的資料，中國大多數領先的數字人智能體提供商僅在2018年或之後才涉足此領域。數字人智能體已歷經五個不同等級(L1至L5)的演進，其自動化程度持續提升。此發展進程從簡單展示與互動，逐步邁向全面自動化及自我迭代，逐步形成能夠跨專業處理複雜任務的數字勞動力，顯著釋放人類創造力並提升管理效率。有關更多詳情，請參閱「行業概覽—數字人智能體行業—數字人智能體正向更高等級自動化演進」。

業 務

下圖重點展示我們的營運與財務成就：



⁽¹⁾截至2024年12月31日止年度。

⁽²⁾截至最後實際可行日期。

我們深信，技術之根本價值在於為客戶創造可量化的商業價值。自成立以來，我們已演進商業模式，實現從基礎通用型硅基勞動力到高階價值型硅基勞動力的全面覆蓋。此歷程彰顯了我們深刻的行業洞察力與強大的戰略執行力。截至最後實際可行日期，我們已累計獲得161項授權專利，戰略重點為數字人智能體。持續進步構築了我們堅實的技术壁壘。截至最後實際可行日期，我們已向電信、金融、醫療、教育及公共服務等多個行業的客戶提供超過100,000個數字人智能體。硅基勞動力將為客戶提供全週期、全天候、全方位的優質服務。該等勞動力提供的數字服務已從中國境內市場延伸至眾多境外市場，為中國AI企業開拓全球服務貿易市場樹立全新範式。

於往績記錄期間，我們通過提供全環節且具協同效應的硅基勞動力解決方案產生收入，包括硅基智能語音、硅基數字人視頻、硅基數字人直播、硅基數字人智能交互及硅基全自動內容生產。我們主要通過本地定製化項目部署方式服務大客戶。此外，我們以產品化模式向其他企業客戶提供硅基勞動力解決方案。於2025年8月，我們進軍硅基全自動內容生產領域，標誌著我們的硅基勞動力解決方案實現從AI Copilot向Autopilot的進階，並完成從AI工具服務向成果導向型解決方案的轉型。我們通過運營自有知識產權強化品牌影響力，進一步開發硅基勞動力解決方案的商業價值。截至最後實際可行日期，我們已成功打造包括硅基大司馬、科技大司馬、大司馬聊科技、大司馬談科技及大司馬說科技在內的大司馬IP系列，全網累計獲取逾1,100萬名粉絲。憑藉大客戶對創始人及自主研發IP的深度信任，以及行業廣泛認可，我們以具成本效益的方式吸引客戶與人才，不斷鞏固行業領先地位。

我們的市場機遇

我們正處於一個由AI技術引爆的顛覆性變革時代。AI從感知智能邁向生成智能，為數字經濟的增長注入了前所未有的動能。我們認為，以下宏觀趨勢為我們的未來發展提供了巨大的市場機遇。

- **企業數字化轉型的深化，催生服務與知識智能化需求。**傳統企業通常要應對各種挑戰，包括獲客成本高、服務效率低及知識管理碎片化。AI技術，特別是我們主攻的數字人智能體方向，通過實現自動化與智能化交互，有效解決這些痛

業 務

點。我們的全套硅基勞動力解決方案正助力金融、零售及公共部門等眾多行業客戶簡化服務流程，實現降本增效。數字人智能體一直在重新定義並消除企業服務的界限，例如時區、營業時間及工作日的時間限制，以及語言、民族與地域所構成的空間障礙，實現無邊界且持續的服務交付。

- **數字人智能體正在成為人機交互的新範式。**隨著交互能力的增強，「足智多謀」的數字人智能體正成為品牌與IP連接客戶的重要媒介。從AI醫生、AI教師、AI律師、AI心理諮詢師到AI主播、AI虛擬偶像及企業數字員工，數字人智能體於各職業領域之市場潛力巨大。受益於我們在中國數字人智能體市場的先發優勢，我們已建立顯著的成本效益和靈活的服務能力，以滿足市場對高性價比、可定製化數字人智能體解決方案的迫切需求。我們努力透過以下方式取得此等先發優勢：(i)強化技術壁壘；(ii)透過與產業鏈上的服務商、雲平台及大型系統整合商建立並深化合作，發展生態系夥伴關係；(iii)向AI Autopilot推進以把握新興產業機遇；(iv)運用知識產權強化品牌影響力，進一步釋放硅基勞動力解決方案的商業價值；及(v)加速全球拓展。知識密集型行業通常因專家級人才稀缺而面臨資源分配的根本性難題，被迫採用二八法則，將客戶分層、分階段服務，並集中資源優先服務頂層客戶。隨著大模型增強邏輯推理能力，數字人智能體之能力將持續提升。疊加IP效應，數字人智能體有望演進為孿生數字人，成為各行業可靠的硅基勞動力，賦能各類企業為客戶提供全生命週期、全天候及全方位服務，開啟智能人機交互新時代。數字人智能體之廣泛應用將推動醫療、教育、法律、金融及公共服務等知識服務行業的迭代升級。
- **AI技術與IP融合，驅動文化與創意產業新空間。**大語言模型技術之突破實現了文本、圖像、音頻及視頻生成的卓越能力。從營銷、影視娛樂至在線教育、電商直播、養老陪伴及孿生數字人等行業，對高質量、個性化及可擴展內容之需求激增，顯示AI驅動內容生產的巨大市場潛力。同時，企業對衍生IP內容的需求趨向更高複雜度與定製化，而大模型正賦能跨場景與職業的IP內容生產，激活IP長尾價值。根據灼識諮詢的資料，按收入計中國IP數字人智能體市場的規模預計於2030年達到人民幣39億元。基於我們在AI視頻生產與數字人智能體領域的先發優勢，我們獨具優勢把握AI與IP融合之歷史性機遇。

我們的核心能力

- **數字人智能體多模態交互引擎：形成閉環能力。**我們自主研發能夠深度理解並融合文本、語音、圖像等多模態信息的多模態交互引擎DUIX ONE。作為數字人智能體應用的核心引擎，DUIX ONE確保了我們的數字人視頻不僅在口型同步精準度、面部表情自然度以及肢體動作表現力上均達到行業領先水平，同時這些數字人還擁有超強的反應力及超高的記憶力的卓越交互力。我們期望與領先企業雲服務提供者探索合作機會，以推出具有能夠解決實際問題能力、同時具備高私密性的行業知識型數字人專家，這些疊加了現實中真實IP的數字人專家將為各行各業注入全

業 務

新的智力支撐，將進一步降低知識普及門檻。我們的AI數字人智能體技術體系覆蓋從數據處理、算法開發、模型訓練至場景化應用的全流程，使我們能快速迭代產品、響應市場需求，並為特定行業的客戶提供深度定製服務，從而構築強大的技術壁壘。我們堅信數字人智能體將成為AI產業的基石。

- **憑藉行業解決方案捕捉商機：繪就數字人智能體全面商業化佈局。**自2017年起，我們作為中國數字人智能體市場成功實現商業化之先行者，將我們的技術與適應性場景化硅基勞動力解決方案相融合。根據灼識諮詢的資料，中國大多數領先的數字人智能體提供商僅在2020年或之後才實現商業化。我們將通用AI能力與垂直行業職業深度整合，為AI主播、AI醫生及AI教師等職位賦予專屬智能：(i)AI主播，實時提升互動轉化；(ii)AI醫生¹，仿醫學流程提供家庭健康諮詢；及(iii)AI教師，通過個性化自適應教學助力孩子成長。在服務金融、教育、醫療及通信等行業大客戶的過程中，我們積累了豐富的行業知識與場景驗證經驗，並以「產品項目戰略」在項目中發掘產品機會。在此策略指引下，我們孵化出AI直播與短劇等產品，立足AI應用與市場驗證前沿，降低試錯成本，鎖定客戶來源，實施價值導向的AI落地，持續開發垂直行業卓越AI產品化方案，最終形成數字人智能體的完整商業化佈局。
- **數字人智能體商業模式迭代：直接為客戶交付成果。**我們的硅基勞動力解決方案實現從提供基礎產品服務向交付可量化商業成果轉型。我們已從AI Copilot服務(以固定費用支持客戶視頻生產與直播需求)，邁向開創AI Autopilot模式，將收費與實際達成的商業成果直接掛鉤。在此演進模式中，我們的硅基勞動力解決方案自主追求特定商業目標(包括流量增長與銷量)，並通過收入分成模式基於達成的結果直接向客戶收費。
- **激活數字人智能體IP價值：放大IP商業價值。**我們認為，單純AI工具(包括大語言模型)之競爭將不可避免陷入價格主導的「紅海」，而AI結合IP則能實現價值賦能，從而進入到IP商業價值的利潤上升通道。我們開創性的建立了通過AI賦能IP實現商業價值倍增的商業模式。運用多模態技術對IP特徵進行深度學習和動態建模，實現IP的數字化複現，使其轉化為可交互、可迭代、可複製的智能商業載體。例如，運用我們數字人智能體技術與大語言模型，以極少視頻數據及大量著作為基礎，成功克隆某農業專家之形象與專業知識。其孿生數字人可為成千上萬的農戶提供實時視頻級交互諮詢，給予實用指導並解決農業難題。此模式不僅為當地農民產生了有形的經濟效益，亦為該專家帶來了實質性的財務與聲譽價值。

1 該等AI醫生專門為患者提供醫療指導及建議，旨在幫助彼等尋求適當的醫療治療。我們的AI醫生不參與最終診斷、治療建議或自動生成處方。因此，AI醫生不被歸類為提供線上醫療診斷或治療服務，因此不需要醫療機構執業許可證。

業 務

競爭優勢

作為中國數字人智能體產業的先行者，提供多元種類的硅基勞動力解決方案，憑藉面向未來的商業模式確保先發優勢

中國數字人智能體產業先行者，具備先發優勢

我們於2017年成立，作為中國數字人智能體市場之先行者，為各行各業提供硅基勞動力，早於業內大模型技術興起前，已積極探索此類勞動力的應用模式與領域。

從通過硅基智能語音平台實現智能語音技術商業化開始，我們持續推進數字人智能體產品及交互平台。於2023年，我們發佈炎帝大模型，進一步拓展數字人智能體的模式與應用邊界。

提供多元化的硅基勞動力，模式領先

我們的硅基勞動力解決方案主要包括硅基智能語音、硅基數字人視頻、硅基數字人直播、硅基數字人智能交互，以及硅基全自動內容生產，實現數字人智能體在基礎及通用應用領域的全面覆蓋。

數字人智能體與多模態技術結合，創造出具有獨特性和高辨識度的硅基生命—硅基勞動力。基於對行業演進之深刻洞察，我們通過將數字人智能體與IP深度融合，前瞻性佈局高價值硅基勞動力。通過與著名IP合作，我們的高價值型硅基勞動力不僅擁有逼真的形象和流暢的交互能力，更繼承了IP的內在價值，包括客戶流量價值及知識價值。

根據灼識諮詢的資料，就2024年提供數字人智能體解決方案產生之收入而言，我們為中國最大的數字人智能體提供商及全球第二大數字人智能體提供商。

依託規模化、體系化的知識產權佈局，採用行業領先的閉環技術

我們堅信核心技術的自主可控是保持競爭優勢的基石。經過多年的持續研發投入，我們已成功構建了涵蓋底層算法、核心模型到上層應用的技術體系，並通過前瞻性的知識產權佈局，此端到端技術體系形成了強大的技術壁壘。

以行業領先的閉環技術，與垂直場景深度融合

與其他專注於單一技術環節的廠商不同，我們打造了一套業界領先的技術閉環。該閉環整合了我們自主研發的聽與看、思考決策、講話、數字人交互能力四大核心AI引擎。我們將該等底層AI能力產品化，提供從「能聽」到「會說」，從「善思考」到「有形象」的端到端的硅基勞動力解決方案。

我們的技術閉環帶來了以下特徵：(i)產品性能理想，各模塊間協同效率高，交互體驗自然；(ii)迭代速度更快，可根據市場反饋快速進行全鏈路技術優化；(iii)成本控制力更強，避免了第三方技術授權費用；及(iv)前瞻性的專利佈局，不僅在國內擁有完備的發明專利，還在歐美等關鍵海外市場前瞻性地申請並取得了相關發明專利，有效提升

業 務

了自己在行業的競爭護城河。基於對圖靈測試原理的深刻理解，我們交付給客戶的定製化數字人智能體模型主要通過真人視頻進行訓練。我們龐大的客戶群體與定製化數字人智能體訓練經驗，不僅推動營收穩步增長，更形成了持續驅動模型迭代與應用優化的強大飛輪，在高複雜度與合規敏感場景中展現獨特優勢。

AI克隆技術與真人視頻為我們創造了以下優勢：(i)基於真人視頻的訓練能夠突破通常與數字人智能體相關的恐怖谷效應；(ii)能夠結合IP的力量提供更高的商業價值賦能；及(iii)為用戶提供自身的孿生數字人並非替代人的存在，而是擴展用戶自身能力範圍。

規模化、體系化的專利組合，鑄造難以逾越的技術壁壘

我們高度重視知識產權的保護與戰略佈局，視其為公司最核心的資產之一。截至最後實際可行日期，我們已在全球範圍內累計擁有161項已註冊專利，其中包括31項海外已註冊專利，此外還擁有54項計算機軟件著作權。我們的專利組合不僅數量龐大，更具戰略縱深，全面覆蓋了多模態智能交互應用的核心技術領域。

截至最後實際可行日期，我們的已註冊專利主要分佈在以下關鍵技術領域：

語音轉文本聽寫能力：已註冊專利合共22項(含海外註冊專利4項)，確保了我們在語音識別準確率、複雜場景適應性等方面的領先地位。

大語言模型：已註冊專利合共29項(含海外註冊專利3項)，涉及模型訓練、知識注入、垂直領域微調、內容生成安全等核心環節，是我們硅基勞動力具備行業專家級能力的技術保障。

TTS講話能力：已註冊專利合共27項(含海外註冊專利8項)，專注於情感化語音合成、音色克隆與遷移、多語種支持等前沿方向，使我們的硅基勞動力聲音極具感染力和辨識度。

數字人大模型：已註冊專利合共45項(含海外註冊專利12項)，涵蓋了孿生數字人生成、表情與動作的實時驅動算法、多模態交互觸發機制等關鍵技術，提高了我們硅基勞動力的逼真度和交互度。

這一系列嚴密且具有前瞻性的專利組合，不僅有效地保護了我們的核心技術進步，更構建了一道令競爭對手難以在短期內逾越的知識產權護城河，為我們的持續領跑提供了堅實的法律與技術保障。

率先實現規模化商業落地並持續保持行業領導力與市場主導地位

技術進步的最終價值在於成功的商業化落地。我們不僅是技術創新者，更是數字人智能體及多模態技術商業化的資深實踐者。憑藉強大的生態系統建設與技術轉化能力，根據灼識諮詢的資料，就2024年提供的數字人智能體解決方案產生的收入而言，我們於中國數字人智能體領域保持領先地位，展示我們強勁的商業落地能力。

業 務

經驗證的「應用+能力平台」商業模式與龐大的客戶基礎

我們成功建立了應用、能力平台驅動的商業模式，滿足不同類型客戶的需求。同時，通過開放能力平台，我們為大型企業及生態夥伴提供項目制硅基勞動力解決方案，共同開拓更廣闊的應用場景。

高效的場景化解決方案能力

如果說全棧技術是我們打造硅基勞動力的工具箱，那麼高效的場景化解決方案能力就是我們將工具轉化為價值的「工藝圖紙」。我們深刻理解，不同行業、不同職業對AI能力的需求千差萬別。因此，我們致力於將通用AI技術與具體職業場景深度融合，打造出「開箱即用」且具備高度可交互性的職業化硅基勞動力。

我們並非簡單提供數字人智能體，而是運用多模態技術能力交付針對特定職業的硅基勞動力。例如，我們與醫療行業客戶共同開發的硅基醫生，不僅提供7x24小時在線健康諮詢，更能根據終端用戶的實時語音描述及上傳體檢報告提供初步建議與健康管理服務。我們的硅基教師可提供個性化輔導，並根據個別學生的學習進度和答題反應動態調整教學策略及內容，實現傳統方式難以企及的因材施教。在直播領域，硅基主播能按需展示產品，同時感知並實時回應觀眾評論，顯著提升互動與轉化效率。在公共服務領域，我們的解決方案在提供個性化諮詢服務的同時，還能夠解讀法規及政策，助力公共服務類客戶建立服務新範式並提升辦事效率。

打造合作夥伴網絡的卓越的生態系統建設

我們認為數字人智能體將成為AI領域的基礎組件。為探索數字人智能體的商業潛力，我們已建立一個開放且動態的能力平台生態系統，與數百家企業客戶合作，包括知名商業銀行及其他多個行業垂直領域的領先企業。我們的客戶可將我們的硅基勞動力、語音及語言能力整合至其自身產品及服務中，共同為其終端用戶創造價值。這種生態系統極大地延展了我們的市場觸角，並使我們能夠以輕資產模式快速融入客戶的現有生態系統。

積極推行出海戰略，佈局海外市場

在鞏固國內市場領導地位的同時，我們積極放眼全球擴張。我們在海外市場的拓展已取得初步成果，尤其是在對數字解決方案接受度高的發達經濟體。

韓國。我們一直積極探索韓國市場之業務機遇。通過整合定製的韓語AI能力，我們顯著提升了直播電商運營的效率及用戶參與度。憑藉我們於硅基數字人直播之技術實力，以及在電子商務行業垂直領域積累之實施經驗，我們於韓國推行之試點計劃在我們與本地用戶就虛擬主播於直播期間的穩定專業表現及精準實時互動進行售後跟進溝通時已獲得市場正面回饋。我們計劃將此成功模式從韓國複製至其他國家，幫助當地中小型企業利用先進的AI直播技術捕捉新興的互聯網營銷機遇。

日本。察覺到老齡化社會日益增長的需求，我們與當地的合作夥伴合作推出硅基勞動力解決方案，用於數字永生服務。該等解決方案實現與已故家庭成員的學生數字人實時視頻通信，展示了我們解決方案在社會公益領域的巨大潛力。例如，憑藉我們

業 務

的孿生數字人技術，一位日本律師在女兒的婚禮上，透過其已故妻子的孿生數字人與之重逢，在妻子離世20年後實現了精神上的圓滿。隨著日本持續面臨人口老齡化，此類數字永生服務具有龐大的市場潛力。根據灼識諮詢的資料，日本是全球老齡化速度最快的國家之一，對情感支持及追悼服務的需求日益增長。日本客戶對先進數字技術及虛擬角色的接受度極高，顯示數字人智能體在提供數字永生服務方面具有巨大的市場潛力。基於在日本的現有成就，我們計劃在全球其他市場推出類似服務。

戰略性採用雙軌戰略，通過靈活定製硅基勞動力解決方案，以契合不同行業垂直領域企業的規模與需求

我們的業務乃靈活根據客戶規模與需求定製，包括通常需要定向項目設計與高端服務之大型企業，亦致力於為其他企業解決其在AI解決方案中平衡成本與品質之難題，並應對其日益增長之勞動力成本與業務複雜性。我們提供靈活選擇，使客戶能根據自身規模與實際運營需求進行配置。我們構建了可擴展的服務體系，全面覆蓋全量客戶需求，既確保大型高價值客戶的場景化適配，亦通過技術普惠激活長尾市場，形成融合高定製+高復用性的商業閉環。

通過本地部署實現的硅基勞動力解決方案

為應對國內監管機構的要求，離線AI能力部署已成為許多大客戶(如電信運營商與金融機構)的關鍵需求。此類客戶通常簽訂高價值合同且付款結構穩定。為服務此類客戶，我們開發了私有部署方案，提供軟硬件一體化產品以滿足其特定功能需求。我們的算法兼容多種主流國產芯片，支持大客戶的技術自主與發展目標。通過整合多模態技術並結合對客戶應用場景的洞察，我們為多行業提供量身定製的硅基勞動力解決方案。我們提供全本地化部署，並針對特定行業場景提供一體化全棧服務，有效實現從工具交付到業務價值創造的轉型。我們高度重視數據安全閉環。客戶敏感數據全程本地化處理，通過私有雲保障合規性，滿足客戶所在行業的數據監管要求。

透過雲端部署實現的硅基勞動力解決方案

我們為中小型企業提供彈性的服務，通過API調用與時長付費降低用戶試錯成本，推動技術普惠化。我們的克隆算法僅需10秒視頻輸入，即可合成覆蓋形象、語音與動作的高度擬真數字分身，交付週期壓縮至1個工作日。依託客戶的行業專屬知識庫，我們的解決方案還支持基於大模型學習能力的思想克隆，最終為客戶產出具備行業認知與知識賦能的硅基勞動力。我們也提供場景化API超市，預置場景接口使中小型企業能高效集成相關功能，顯著提升解決方案部署的標準化與效率。我們正積極地將數字人智能體技術定位為我們增長的基石，持續在廣泛產業領域中探索商機。

富有遠見的創始人與擁有卓越行業經驗與洞察力的傑出研發人才

人才是我們最寶貴的資產，驅動技術進步並保障長期增長。我們相信成功部分歸因於富有遠見的管理層與擁有卓越行業洞察力的研發人才。

業 務

具備全球視野和深厚技術背景的創始人

創始人兼行政總裁司馬華鵬先生，是中國AI交互應用領域的先驅者之一。憑藉超過10年的AI行業經驗及超過20年的互聯網創業經驗，彼親自主導了公司從技術研發到商業化落地的全過程。作為卓有成就的發明家，截至最後實際可行日期，司馬先生在全球129項專利中被列為發明人，其中包含本集團所擁有的98項中國註冊專利、21項美國註冊專利、4項歐洲註冊專利、4項新加坡註冊專利及2項日本註冊專利，且主要與人工智能交互及計算機視覺技術相關。司馬先生亦曾於知名產業及社會組織擔任多個社會職位，包括自2023年起擔任江蘇省人工智能標準化技術委員會委員、自2024年起擔任全國工商聯人工智能委員會委員以及自2025年起擔任江蘇省工商聯人工智能委員會副主席。有關其履歷的進一步詳情，請參閱「董事及高級管理層—董事會—執行董事」。司馬先生對大模型技術發展趨勢的精準判斷及對數字人智能體使命的堅定追求，為公司的戰略發展指明了清晰的方向，是我們保持領先市場地位的靈魂人物。

經驗豐富且穩定的核心研發團隊

我們已組建一支結構合理、經驗豐富的研發團隊，截至2025年12月31日由63名成員組成。截至2025年12月31日我們專注算法研究的核心研發人員中約90%持有碩士或以上學位。我們的核心研發團隊成員在數字人算法、語音合成及自然語言處理等關鍵領域平均擁有超過8年的研究和產品化經驗。在司馬先生的帶領下，研發團隊撰寫了《大模型時代—ChatGPT拉開硅基文明序幕》及《大模型通識課》兩部具影響力的著作，彰顯公司在業內的思想領導力。

我們的高級副總裁湯毅平博士，AI領域的資深專家，長期專注於AI技術研究與產業化應用。彼擁有日本千葉大學基礎理學碩士及博士學位，及西北工業大學計算機科學與技術學士學位。其研究方向涵蓋自然語言處理、機器學習、深度學習、因果推論與模型選擇等多個關鍵技術領域，已在學術期刊發表論文6篇，著有兩本專著，23項註冊專利及申請AI技術相關專利多項。憑藉豐富的產業實踐與技術團隊領導經驗，湯博士指導研發團隊在對話AI、知識圖譜、數據建模、金融反洗錢與反欺詐、公共安全等領域攻堅克難，取得多項重要成果，持續推動核心算法與系統解決方案的突破，實現技術在真實世界場景中的成功部署與應用。有關其履歷的進一步詳情，請參閱「董事及高級管理層—高級管理層」。

我們建立了完善的人才培養和激勵機制，確保了核心研發團隊的穩定性。這支強大的研發團隊是推動技術持續迭代與不斷創新的根本動力。

作為中國數字人智能體市場中率先推進AI技術並提供數字人智能體的先行者，我們相信管理層與研發團隊多元化的經驗與專業能力將持續引領未來發展，同時鞏固公司的行業競爭優勢。

業 務

業務戰略

我們的使命是成為全球數字人智能體領域的領導者。我們存在的宗旨是推動客戶的成功。我們以客戶成功為中心，運用AI數字人智能體賦能客戶，致力於陪伴客戶共同成長。為實現我們的願景，我們計劃實施以下戰略。

持續投入研發以優化多模態技術的能力，整合各行業標杆企業行業特定見解以構築護城河。

算力支持升級

我們正加大算力基礎設施投資，包括建設高性能AI計算中心。通過深化與頭部雲服務供應商的合作，我們簽訂了長期算力採購協議。我們還計劃與雲服務供應商共同開發彈性算力調度系統，以確保為大模型及算法訓練與推理提供高效穩定支撐，為模型及算法升級提供堅實的硬件基礎。

行業適配與迭代

依託海量的行業特定見解，我們持續構建面向專業場景的高質量訓練數據集。通過開發適應行業需求的專屬模型模塊，我們向文化、金融、教育及醫療行業的企業推出硅基勞動力解決方案。通過融合專家知識圖譜與強化人機協同標註，我們持續提升模型的通用性與精準度，從而提高客戶滿意度並鞏固我們的行業領導地位。

頂尖人才梯隊建設

我們將推出全球AI人才招聘計劃，吸引多模態架構、大模型訓練及行業場景落地等領域具備國際一流水平的領軍人才。我們計劃與高校及科研機構建立聯合培養機制，設立博士後工作站和實習基地。我們計劃打造研發專家、行業顧問及青年骨幹的多層次人才梯隊，為模型持續迭代提供智力支持。

深化推進全球擴張戰略，加速全球化業務增長及打造具有國際競爭力的AI解決方案。

AI平台出海

我們將搭建全新的平台，滿足海外市場客戶的特定需求及使用模式，在拓展全球版圖的同時強化品牌影響力。

基於行業領先的技術能力，我們尋求築牢AI技術基礎及建立全球化服務網絡。通過多模態技術的適配接入為海外企業輸出高效能智能服務。

基於硅基勞動力平台，我們提供跨專業領域高附加值的數字人智能體，涵蓋醫生、教師、律師及治療師等專業角色，實現數字人智能體與海外職業場景的無縫融合。我們的一站式硅基勞動力解決方案可協助客戶精簡及自動化業務流程。

業 務

AI文化出海

我們將基於行業領先的技術優勢和海量跨市場運營的產品經驗，同膾炙人口的中國文化有機結合，讓中國文化借AI之力鮮活出海。

我們將多元化並提升創作品類，例如AI短劇與動畫。通過AI技術對傳統文化元素進行創新演繹，實現產品與文化價值的雙重出海，吸引全球多元化用戶群體。

我們將針對日本、韓國、東南亞、歐洲、北美等海外市場完善本地化運營策略，重點推出數字永生、AI直播、短視頻、短劇、動畫及電影等服務。該等舉措旨在提升用戶活躍度和付費轉化率，提高整體市場滲透率。

我們將持續深化推進AI出海戰略，通過強化技術本地化適配、構建跨區域生態合作體系，驅動全球化業務增長。我們致力於將自主研發的硅基勞動力解決方案與國際化標準接軌，賦能海外市場差異化需求，系統性提升全球競爭力與品牌影響力。

構築強化的IP生態系統，構建AI文化產業增長新引擎。

我們已為知名IP提供硅基勞動力解決方案，並已落地商業化成果。未來，我們將持續開拓合作模式，深化通過硅基勞動力解決方案交付的價值。

我們正致力於推動短視頻自媒體行業及直播電商行業的產業升級。隨著生成式人工智能技術的發展，內容的生產正在從傳統的人工製作，演進為自動化、規模化及智能化的模式。我們努力構建以數字人技術及硅基全自動內容生產為核心的產業基礎設施，實現內容的全自動化生產與運營、重塑內容創作、分發及商業化模式。通過短視頻、直播及短劇等內容形態的自動化生成與規模化運營，我們提升內容生產效率、擴大內容供給規模及提升商業化能力。

在「合作+原創」的雙軌IP戰略下，我們與知名IP(包含企業家、媒體公司、城市及名人)合作，透過自動化內容製作、數字人營銷、多語言內容分發以及直播營運為其賦能。同時，我們亦開發原創IP及數字人資產，持續驗證以AI驅動的工業化規模內容生產及商業運營的可行性。

截至最後實際可行日期，我們已與一名知名財經領域KOL建立合作關係，通過AI技術賦能其內容生產及數字IP運營。截至同日，我們亦正就數字人格及內容生態建設與文化界知名人士探討合作關係。同時，我們已與一家全球知名華語新聞媒體公司建立多個戰略領域的合作關係，包括多語言內容製作與分發、人工智能驅動的圖像及文本生成，以及企業家IP矩陣的開發。憑藉我們的AI技術及數字內容運營能力，截至最後實際可行日期，我們正與多個長江三角洲地區的發達城市探索合作機會，將城市的歷史及文化傳承以及產業特色轉化為可傳播、可運營及可持續商業化的數字資產，提升城市的品牌影響力及文旅吸引力。

業 務

我們一直在優化原創IP的設計與運營能力，建立人工智能驅動的內容生產與流量運營體系。我們的目標為通過社交媒體、短視頻及直播平台實現內容的精準分發及商業化轉化，同時逐步構建覆蓋內容生產、IP運營、流量增長及商業化變現的產業級AI生態系統。

拓展戰略合作及尋求針對性的投資及收購，完善AI產業佈局。

戰略合作

我們持續探索與世界頂級高校及機構在大模型與AI內容生成領域的合作機會，包括全球頂尖大學及科技集團。未來，我們將建立新合作關係，推動多模態技術與數字人智能體的探索，實現資源互補與專業知識共享。

針對性的投資及收購

我們將按計劃在以下領域開展投資與收購。

技術。我們將關注掌握前沿AI算法的初創企業，以提升大模型的推理能力、視頻和語音的處理能力並降低幻覺率。

算力。我們計劃收購算力提供商以加強AI算力基建設施。我們將投入建設高性能AI數據中心，並通過簽訂長期算力採購協議，為大模型訓練與推理提供高效穩定支撐，為模型升級提供堅實的硬件基礎。

市場拓展。我們將投資或收購海外營銷公司、知名IP和MCN機構，提升我們的AI文化產品附加值，擴展生態系統並增強全球市場影響力。

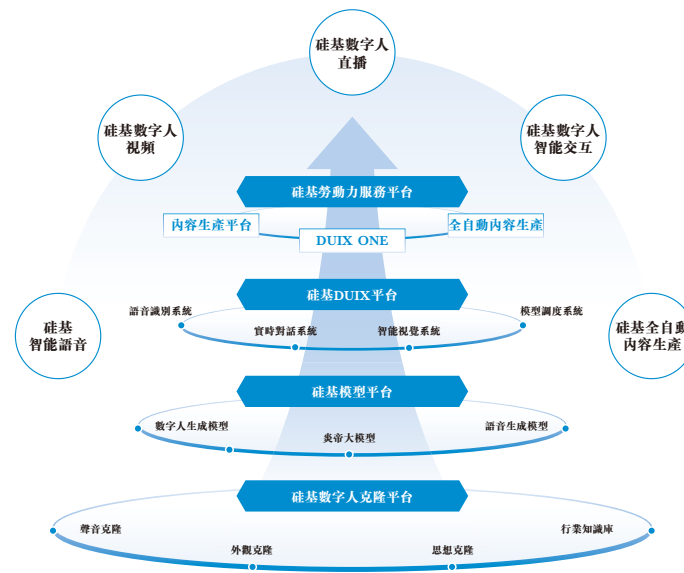
以戰略合作與針對性投資併購為雙抓手，我們將持續強化多模態技術核心能力，加速硅基勞動力解決方案的商業化進程，構建更緊密的產學研協作網絡。此舉將奠定我們於數字人智能體市場之全球領先地位。

我們的業務模式

我們為醫療、教育、法律服務、金融、文化、娛樂及養老等各種行業的客戶提供全面的硅基勞動力解決方案。我們的一體化服務包括硅基智能語音、硅基數字人視頻、硅基數字人直播、硅基數字人智能交互，以及硅基全自動內容生產。憑藉我們自主研發的炎帝大模型及DUIX ONE，我們從事硅基勞動力和擬人多模態智能交互技術的研發和商業應用，主要包括語音識別、自然語言處理及計算機視覺。我們一般按項目服務大客戶，其通常向我們支付一次性許可費、定製開發費、實施費及維護服務費。對於其他客戶，我們則根據其實際使用時長，收取固定訂閱費及按用量計費。我們通過不斷推進硅基勞動力，為不同規模的企業賦能，推動產業進步，為中國AI企業開拓全球服務貿易市場樹立全新範式。

業 務

下圖說明我們硅基勞動力解決方案的組成以及基礎能力及技術。



我們的硅基勞動力解決方案涵蓋硅基智能語音、硅基數字人視頻、硅基數字人直播、硅基數字人智能交互以及硅基全自動內容生產。我們的多模態解決方案組合解鎖了硅基勞動力的應用價值及商業潛力。硅基勞動力解決方案的強大功能，乃建基於我們深厚的AI專業知識以及精密的算法及模型。具體而言，我們的硅基勞動力服務平台作為應用平台，涵蓋多個客戶界面，例如硅基智能語音平台、硅基數字人視頻平台及硅基數字人直播平台，為各行各業及各種規模的企業提供靈活的部署方案，包括本地化項目的特定實施及基於雲的產品化解決方案。我們的硅基DUIX平台配備語音識別、實時對話、智能視覺及模型編排能力，可將來自硅基勞動力服務平台的應用層要求發送至適當的基礎模型。這透過專門模型實現了語音、圖像及視頻的流暢生成，精準支持多樣化的場景特定需求。我們的硅基數字人克隆平台構成技術基石，能夠實現語音、外觀及認知模式的三位一體克隆，同時嵌入行業特定的知識庫。該整合使硅基勞動力聲情並茂、實時互動，同時具備專家級的認知能力。

透過多層次的戰略佈局，我們的硅基勞動力逐步具備基礎技術能力、先進算法及模型以及專業的應用能力。此分層架構確立了我們在市場中的強大競爭優勢。具體而言，我們的基礎克隆能力有助於高效的技術積累及複用。算法及模型的中間層提升了我們的技術敏捷性及研發效率，使我們能精準及迅速地回應市場需求。頂級應用平台服務於各行各業及各種規模的企業，使我們能夠透過基礎技術的靈活組合為大客戶提供專家級及有針對性的解決方案，同時將基於雲端的產品化解決方案擴展至其他企業客戶。該雙軌戰略使我們成為數字人智能體行業的先驅及領導者，塑造了未來的行業軌跡，同時積極地為其向人工智能自動內容生產的演進鋪平道路。

業 務

硅基勞動力：AI引領增長

我們抓住人工智能帶來的歷史性機遇，率先開展硅基勞動力的開發和應用，成為中國數字人智能體行業之先驅。經過多年的技術積累與市場驗證，我們的硅基勞動力已持續迭代及優化，已發展成為具備多場景適應能力之智能化勞動力，能夠勝任多重角色，包括醫生、教師、律師、心理諮詢師、虛擬主播、虛擬偶像以及企業中的其他數字員工。隨著AI技術持續升級、算法改進和算力提升，我們的硅基勞動力解決方案已實現從硅基智能語音延伸至硅基數字人視頻、硅基數字人直播及硅基數字人智能交互。此外，基於多年服務企業之實踐經驗與持續技術沉澱，我們已完成從激烈純AI工具紅海競爭之戰略轉型。通過構建電力、算力與資金驅動之飛輪效應，我們持續提升硅基勞動力的價值，並提供基於成果的硅基全自動內容生產服務。此轉型逐步形成我們硅基勞動力的自組織、自適應與自進化能力，使我們立足於企業智能化發展前沿。憑藉我們產品價值主張的穩步提升，我們不僅為客戶創造更大價值，同時為AI技術開拓全新變現途徑。

我們的硅基勞動力透過革新客戶互動、服務模式及營運效率，為企業帶來變革性價值。透過與用戶即時互動，超擬真數字人智能體可顯著縮短回應時間，並處理各種情境下的諮詢，不僅為企業節省處理多語言大量互動的人力成本，同時保持服務質量及一致的形象。除客戶服務外，硅基勞動力亦可擔任不知疲倦的銷售顧問及教育工作者，提供個性化的產品演示及知識普及。從戰略層面而言，硅基勞動力從海量的定製化數字人智能體訓練中學習，創建一個自組織、自適應及自演進的循環，持續優化客戶體驗，為企業的業務模式及營運需求提供無與倫比的行業特定洞察，最終使AI技術能夠推動業務增長及產業進步。

憑藉持續增強之算法能力與計算能力支撐，我們的硅基勞動力已實現向新應用場景之持續擴展。截至最後實際可行日期，我們已向電信、金融、醫療、教育及公共服務等多個行業的客戶提供超過100,000個數字人智能體。

硅基勞動力解決方案

秉持「問題是機會，科技是答案」的核心理念，我們從真實業務場景出發，精準捕捉不同行業在智能化轉型中的關鍵痛點。依託我們雄厚的技術實力及敏銳的市場觀察，我們提供硅基勞動力解決方案矩陣。

具體而言，為應對媒體、自媒體及MCN行業所面臨的挑戰，例如內容生產效率低、KOL/KOC及直播主播的穩定性低，以及全球傳播能力弱等，我們已推出硅基數字人視頻及硅基數字人直播。我們的客戶利用孿生數字人提升效率，利用硅基數字人克隆平台降低穩定性風險，並利用聲音克隆技術實現多語言溝通。面對金融、教育、醫療、保險、法律等行業的知識服務類專家的時間精力有限分身乏術，難以規模化觸達用戶的瓶頸，我們推出硅基智能語音及硅基數字人智能交互，通過部署延伸其專業存在感及影響力的孿生數字人打破資源分配「二八定律」的限制。針對Copilot AIGC持續依賴大量人力介入的問題，我們已開發硅基全自動內容生產。自組織、自適應、自進化的自動化內容生產策略使企業能夠突破生產效率瓶頸。

業 務

透過提供全面硅基勞動力解決方案，我們幫助企業應對關鍵發展瓶頸及痛點，與電信及金融等重點行業的大型企業建立長期穩定的合作夥伴關係。大客戶龐大的用戶規模及複雜業務場景為硅基勞動力提供廣闊的實踐空間及探索機遇，推動我們持續優化算法、積累行業特定的知識、強化競爭優勢。根據灼識諮詢的資料，我們與行業內的科技巨頭有所區別，因為我們的核心技術優勢在於以商業化為導向的集成式數字人智能體。具體而言，我們並非依賴通用大模型或單點能力，亦非將數字人智能體僅僅定位為應用層的延伸，而是開發了多模態交互引擎DUIX ONE。該引擎使數字人智能體能夠從單純的內容生成工具，進化為具備「感知、認知、決策及表達」能力、可自主執行任務的AI勞動力。我們在企業級場景下積累了大量行業洞見，從而形成了更強的場景適應性與算法迭代能力。同時，我們不專注於視頻生成或虛擬化身，而是致力於提升語音交互、任務執行及大規模部署等現實应用能力。隨著數字人智能體從展示型工具轉向生產力提升型解決方案，我們通過專注於垂直場景及以成果為導向的交付，能夠在與科技巨頭的競爭中實現差異化增長。

我們的產品

我們依託專有的AI技術，提供硅基勞動力解決方案，為各行業企業構建核心運營基礎設施。我們的硅基勞動力解決方案涵蓋硅基智能語音、硅基數字人視頻、硅基數字人直播、硅基數字人智能交互，以及硅基全自動內容生產，能幫助客戶顯著降低溝通、內容創作與營銷支出，同時提高營運效率並改善客戶體驗。

我們透過硅基勞動力服務平台提供硅基勞動力解決方案，該平台支持私域本地化部署及雲端部署。我們主要為電信、金融、信息技術、醫療、教育及公共服務行業的企業提供量身定製的本地化部署。本地化部署使企業能夠在其內部環境中託管解決方案。透過消除對外部網絡或雲服務的依賴，本地化部署不僅增強了數據安全及隱私保護，還為該等大客戶提供了更大的營運自主權。我們的硅基勞動力解決方案透過多終端裝置支援即時交互，打造引人入勝的用戶體驗。此類終端裝置結合可靠硬件、嵌入式軟件與直覺式界面設計，能在交互過程中實現即時數據處理與視覺化反饋。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，本地化部署產生的收入分別為人民幣485.4百萬元、人民幣629.4百萬元及人民幣778.2百萬元，分別佔同年總收入的91.4%、96.0%及98.7%。此外，我們的客戶透過雲端部署方式獲取我們的硅基勞動力解決方案。我們以靈活的按需付費模式為該等客戶提供變革性的企業級AI能力。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，雲端部署產生的收入分別為人民幣45.4百萬元、人民幣26.0百萬元及人民幣10.6百萬元，分別佔同年總收入的8.6%、4.0%及1.3%。

硅基智能語音

於2017年，我們研發並推出硅基智能語音。我們通過硅基智能語音平台為企業提供實時智能語音服務。本系統可配置定製化撥號策略及話術，以契合特定業務目標與場景特徵。此外，其自動追蹤並記錄通話內容，用於分析與合規審查。我們利用實時錄音同步及靜默預過濾機制，完成對有效通話內容的無干擾擷取。我們的語義聆聽技術可從語音中識別用戶意圖，並透過遷移學習提升垂直領域識別準確度，從而在整個通

業 務

話過程中實現實時精準的語義追蹤。透過在通話過程中實時監控代理的說話速度及違規指令碼並即時發出警報，加上防篡改的通話錄音留存，我們能夠實現實時合規風險管控及端對端的事後追溯，滿足監管合規要求。我們的語音追蹤及錄音技術受多項註冊專利保護。另外，該系統亦支持自動撥號任務，透過處理常規電話呼出實現高效客戶觸達與生產力優化。我們的硅基智能語音服務涵蓋金融、電信、零售與公共服務等關鍵行業的企業。該方案具備多項功能，如客戶服務、客戶關係管理、逾期還款提醒及政務服務遞送。

我們識別金融、電信與公共服務行業關鍵挑戰：人工呼叫操作對從業員造成沉重情緒負荷與持續低效率。此外，此等行業的企業可能面臨難以有效且具成本效益地接觸並服務低端市場用戶的持續挑戰，可能會影響其用戶滿意度及留存率。作為中國數字人智能體產業的先行者，我們開發並向市場推出了硅基智能語音平台，利用AI轉變金融機構及電信運營商服務終端用戶的方式。硅基智能語音可實現標準化及智能化的外呼任務執行，有效緩解傳統人工呼叫中大量的情緒消耗、體力消耗。同時，其顯著提升客戶觸達與服務遞送之營運效率，並縮短了回應時間。該產品亦有助於企業擴大其對終端用戶的覆蓋範圍，並減輕人力資源員工的工作量。此外，我們的解決方案有助標準化服務流程，現代化管理實踐，並降低合規風險。AI語音交互不僅複製，而且在一致性和持久性方面顯著超越了人類的能力。依託自動語音識別技術、文本轉語音技術及自然語言處理技術之核心支撐，我們的硅基智能語音有效應對金融和公共服務領域企業面臨的挑戰，將客戶觸達從勞動密集型負擔轉化為可擴展、可量化且可持續的業務流程。

下文載列闡明硅基智能語音的系統演示圖：



硅基數字人視頻

我們提供硅基數字人視頻，從根本上重塑了客戶的內容生產工作流程。隨著用戶閱讀偏好從文字及圖片轉向視頻，視頻製作行業在創意靈感、工作量管理及產出品質方面面臨著緊迫的挑戰。同時，傳統行業的企業正日益尋求利用影片內容來加強其市場推廣及參與度。經觀察市場需求，我們透過AI自動化視頻製作系統硅基數字人視頻平台，推出硅基數字人視頻。我們的硅基數字人視頻服務領域包括教育、媒體、醫療、

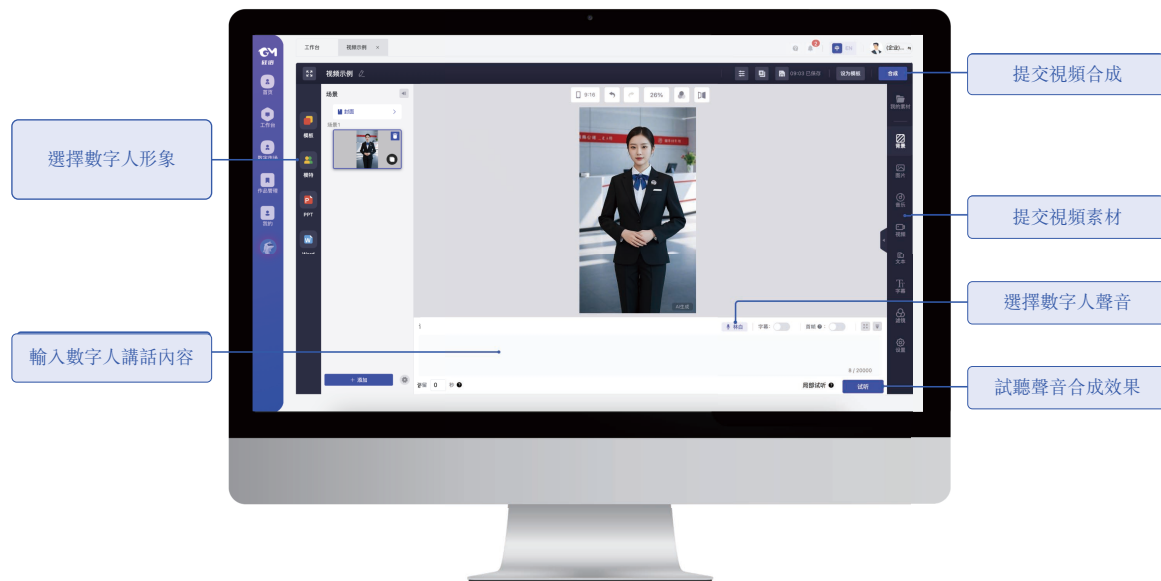
業 務

金融及公共服務等行業。具體而言，我們提供適用於口播視頻製作的數字人模型，以及用於定製學生數字人和聲音的進階克隆服務。客戶僅需提供文本或語音輸入，即可高效生成視頻，實現規模化、高質量的視頻生產。

透過消除現場實景拍攝和專業拍攝環節的要求，企業可以高效製作高品質的口播視頻，顯著提升視頻製作效率，解決企業在視頻製作及傳統產業中的痛點。這有效解決了電子商務營運商、新聞媒體、教育機構及公共服務提供者對產品解說視頻、新聞播報視頻、課程教學視頻及指導說明視頻之規模化生產需求。

我們的硅基數字人視頻，基於外觀克隆技術、聲音克隆技術、數字人視頻技術及文本轉語音技術構建，能夠快速、大規模生成高質量視頻，從而摒棄傳統拍攝對真人演員、攝製團隊的依賴，並突破時間、地域與專業技能之限制。透過運用數字人智能體與智能合成技術，客戶可在保持品牌形象一致之同時，實現內容的動態個性化定製。採用數字人智能體及智能合成，客戶可根據不同業務場景、語言或受眾畫像(包括其理解能力、習慣與偏好)實時調整內容。相較於傳統人工製作模式，該方案能將視頻生產週期從數週縮短至數分鐘，並大幅降低製作成本。此外，高效且成本可控的視頻生產與交付，有助企業保持敏捷的數據驅動運營，可根據市場反饋即時更新視覺宣傳材料、培訓資料及售後溝通內容，從而推動業務增長與效能提升。

下文載列闡明硅基數字人視頻的系統演示圖：



硅基數字人直播

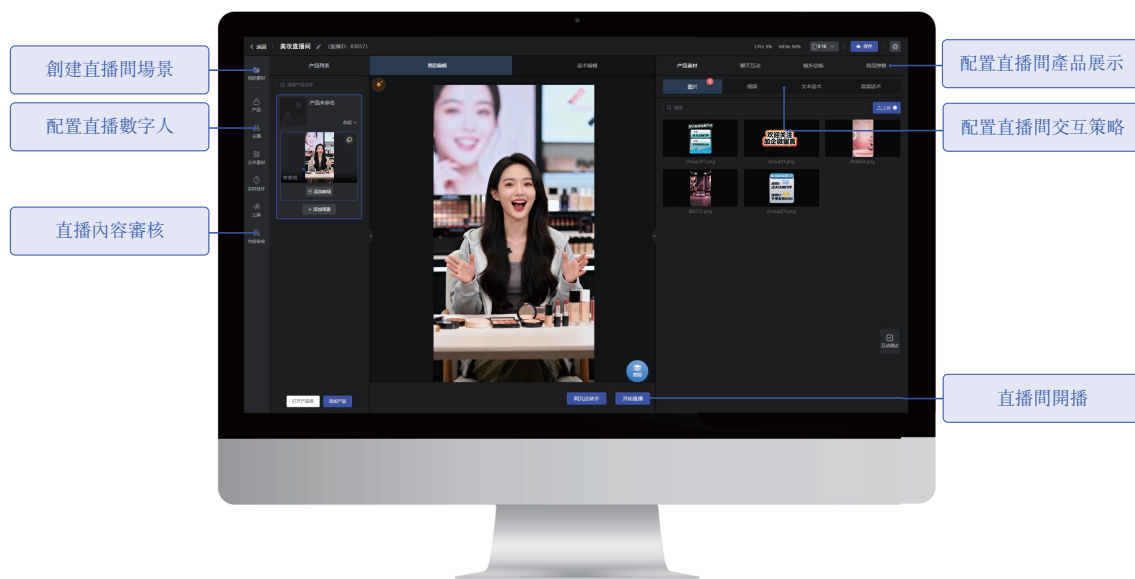
直播行業的興起對內容創作者的能力提出了挑戰，而尋求通過互動直播吸引用戶的傳統行業從業者亦面臨技術與資源限制。我們於2022年6月推出硅基數字人直播，以應對此等限制。通過我們的硅基數字人直播平台，我們為客戶提供可配置定製直播話術、直播策略及虛擬場景設置的硅基虛擬主播，以實現多平台數字人自動化直播。我們的

業 務

硅基數字人直播基於多項先進AI技術構建，如文本轉語音技術、大語言模型及實時通訊技術。該方案廣泛適用於電商、本地生活服務、私域營銷及農產品推廣等多樣化場景，使企業能夠高效開展專業化、跨地域的直播業務。硅基數字人直播支持7x24小時不間斷直播運營，同時提供高穩定性、優質視覺呈現、多語言支持和智能互動。這些功能極大降低了企業開播成本，同時保持了專業的直播質量。

我們為客戶提供直播範本庫，客戶可選取範本並導入各類媒體素材(包括圖片、視頻、文本及音頻)以構建直播內容。客戶僅需輸入直播標題、類型及描述即可完成設定。我們的硅基數字人直播同時支持單主播與雙主播直播模式。於單主播模式下，虛擬主播可即時回應觀眾互動。於雙主播模式下，虛擬助理將根據預設規則，於幕後定時自動引導觀眾進行點讚、關注等互動操作。

下文載列闡明硅基數字人直播的系統演示圖：

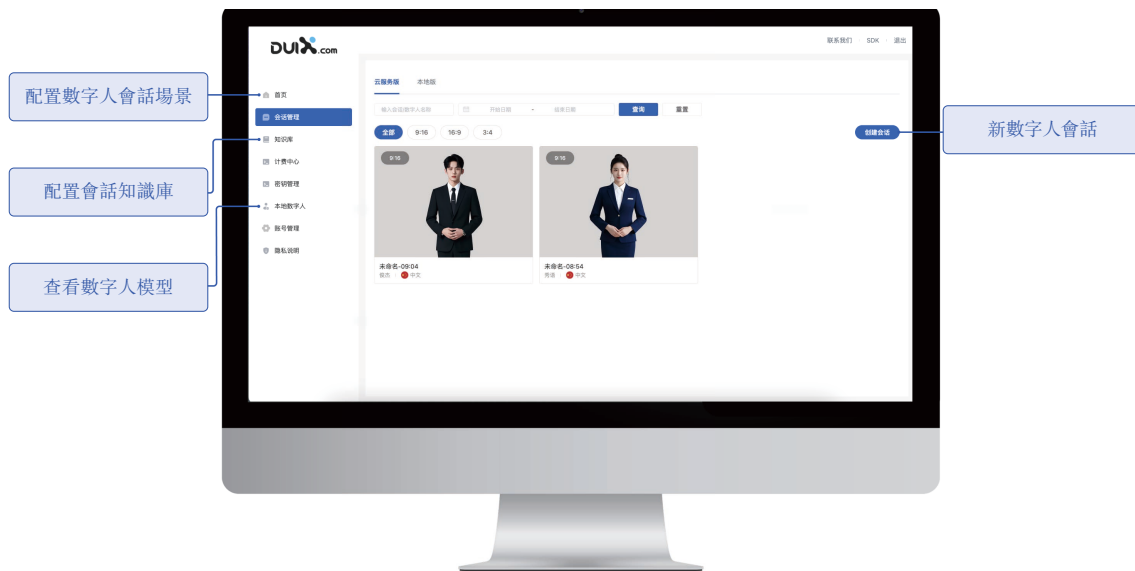


硅基數字人智能交互

我們的硅基數字人智能交互於2022年6月推出，可實現實時個性化互動。基於多模態交互技術、自動語音識別技術、文本轉語音技術、大語言模型及DUIX ONE(後者於2024年11月推出)、硅基數字人智能交互涵蓋多個行業的實時互動需求。硅基數字人智能交互實現對人類外貌、行為及認知的全面模擬。硅基數字人智能交互支持按需定制及靈活整合客戶現有AI基礎設施，包括兼容客戶本地部署的大語言模型及知識庫。透過支持H5、安卓及iOS等多系統API的標準化接口，客戶可將此類交互功能整合至既有網站、應用程式及硬件顯示設備，從而升級智能服務體系。這種靈活整合顯著提升解決方案的適應性、運行效率與成本效益，同時賦予交互過程個性化及智能化的特徵。

業 務

下文載列闡明硅基數字人智能交互的系統演示圖：



硅基全自動內容生產：向成果導向型解決方案演進

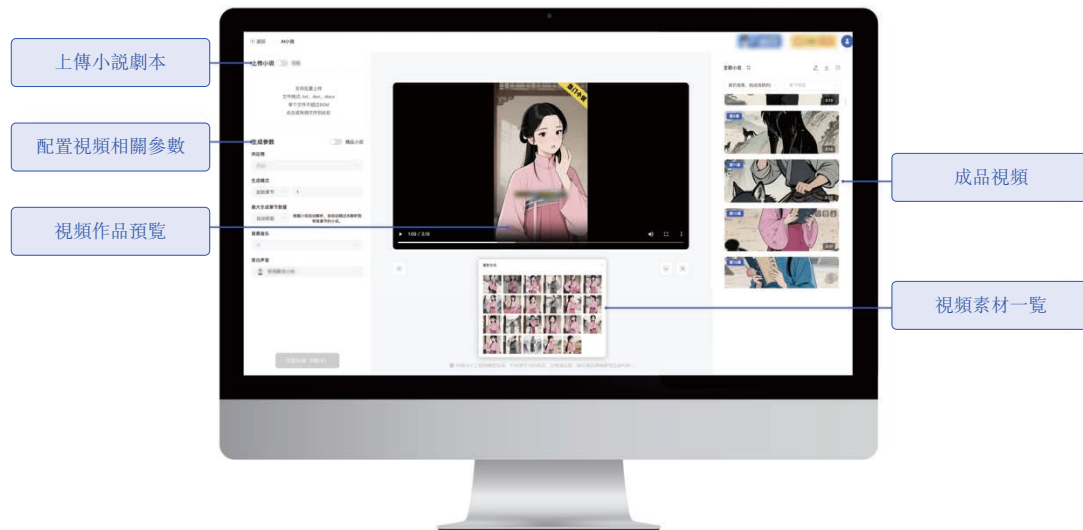
智能內容生產

憑藉我們的關鍵技術突破與長期策略積累，硅基勞動力持續演進，提供AI Autopilot 成果導向型解決方案，為客戶實現智能化與可規模化之內容生產。

於2025年8月，我們涉足硅基全自動內容生產。此標誌著我們硅基勞動力解決方案已從AI Copilot模式演進，從交互式AI系統(於協同工作流程中提供實時建議與自動化操作以輔助人類生產)至AI Autopilot模式(由自主AI系統獨立執行端到端內容生產)。通過輸入小說或劇本的概要，我們的硅基全自動內容生產能夠全自動生成完整視頻內容，包括角色、場景、對話、旁白、字幕、音效及視覺特效。藉此文本驅動流程，系統自主完成文案撰寫、角色選擇、文本轉語音及視頻合成，最終輸出成品視頻。此端到端AI驅動模式在確保高質量內容產出的同時，為短劇、短視頻及廣告行業的企業大幅提升生產效率並降低營運成本。

業 務

為實現硅基全自動內容生產，我們運用多種大模型及人工智能技術，例如大語言模型、文生圖大模型、圖生視頻大模型及數字人口型同步驅動技術。下文載列闡明硅基AI驅動內容生產的系統演示圖：



AI與IP的整合

在推進硅基全自動內容生產的同時，我們利用知名IP的既有價值，提升我們的硅基勞動力解決方案的吸引力及影響力。憑藉知名IP的高辨識度及其豐富背景資料，人工智能生成內容可實現最佳的受眾參與度。例如，憑藉司馬先生已建立的知名度，硅基大司馬於2026年首兩個月獲得34.59萬個點讚，並在企業家視頻IP排行榜中位列第三，反映觀眾對知名IP及其所產生內容的認同感。人工智能與IP的結合為我們的解決方案開拓高端變現新路徑。在我們探索全球擴張機遇之際，已戰略性佈局以把握IP驅動智能內容的增長市場。根據灼識諮詢報告，隨著各類IP(如知名的KOL及網絡紅人)的普及以及行業內IP商業化能力持續提升，按收入計中國IP數字人智能體市場規模預計將於2030年達到人民幣39億元。

透過自主研發的IP及獲授權的知名IP，我們已建立豐富的IP資源庫。我們已成功自主開發及推出大司馬IP系列，例如硅基大司馬、科技大司馬、大司馬聊科技、大司馬談科技及大司馬說科技，推動AIMCN的商業化進程。此外，我們一直努力與知名IP合作，包括企業家、媒體公司、城市及名人，透過自動化內容製作、數字人營銷、多語言內容分發及直播營運，為彼等賦能。我們預計豐富的IP組合有助我們觸及不同行業、具備多元文化背景及偏好的客戶。有關我們的雙軌IP戰略的詳情，請參閱「一業務戰略一構築IP生態壁壘，構建AI文化產業增長新引擎」。

截至最後實際可行日期，我們的硅基勞動力解決方案合共自動創作大量視頻，包括40,198個按數目計量的視頻，加上額外的63,375分鐘按時長計量的視頻，而我們自主培育的大司馬IP系列已在線上累積超過1,100萬名粉絲。

奠定AI Autopilot內容生產的基石

歷經多年營運所累積的技術突破和基礎優勢，為硅基勞動力的AI Autopilot內容生產鋪平了道路。

業 務

我們已將視頻生產流程由人力主導轉型為AI驅動的自主創作，關鍵技術突破主要體現於以下維度：

嵌入式智能決策。我們已從提供基礎視頻生產能力，發展至構建整合的AI驅動內容創作系統。該系統可自主執行市場分析、選題策劃、腳本生成及風格決策，使人類從傳統的策略規劃、腳本編寫及導演指導等角色中獲得解放。

端到端自動化生產線。透過我們自主研發的視頻工作流引擎，我們將腳本理解、數字人驅動、場景生成、語音合成、視頻編輯及特效銜接。這構建起文本輸入直接生成成品視頻的全自動生產平台，顯著減少人工干預。

數據驅動的自進化飛輪。全自動生產平台可捕捉實時表現數據並反饋至底層模型，形成閉環自優化系統，持續提升內容相關性及創造爆款輸出的潛能。

憑藉逾八年深耕行業的積累，我們在行業知識及數據資產、整合工程及產品體系以及廣泛的客戶基礎和品牌影響力方面構築了堅實的基礎優勢。

深厚的行業知識庫與數據資產。通過服務海量客戶，我們結構化地沉澱了涵蓋多行業經過市場驗證的內容模板、用戶偏好模型及創作方法論。此類在長期實踐中積累的獨特高價值數據集，持續驅動解決方案的多元化與升級迭代。

深度融合工程與產品體系。我們並非簡單集成外部技術，而是始終將技術架構與內容生產這一終極目標對齊。統一的工程能力與協同的技術棧，共同保障輸出品質、系統穩定性及終端用戶體驗。

堅實的客戶基礎與品牌信任。作為中國數字人智能體行業的先行者，我們與眾多客戶建立了深厚的合作紐帶。作為數字人智能體解決方案的早期採用者，我們的客戶見證並受益於AI技術的快速市場驗證。

我們已超越純AI工具的「紅海競爭」，系統性地邁向直接提供AI Autopilot模式下的成果導向型解決方案。此轉型植根於多年營運所積累的行業洞察與算法資產，使我們在邁向智能化、可規模化內容生產的全球數字人智能體行業中，具備顯著先發優勢與競爭壁壘。展望未來，我們計劃通過戰略性IP開發進一步提升硅基全自動內容生產的增值潛力，並積極尋求與知名IP的合作。同時，我們的全球擴張舉措有望加速所生產的內容的全球普及。

硅基勞動力運作機制

我們硅基勞動力解決方案專注於數字人的生成和應用。一旦配置數字人克隆模型後，客戶只需簡單輸入文字腳本、語音等多模態內容，即可進行視頻生成、直播推流與實時互動。硅基數字人在智能客服、產品講解、品牌宣傳、培訓賦能與生活科普等多元場景下發揮商業價值，企業用戶由此享受「輸入即輸出」的連貫體驗。

硅基智能語音。硅基智能語音平台根據客戶設定的話術和輸入的號碼，向用戶撥打常規可實時交互的業務對話語音。

業 務

硅基數字人視頻。硅基數字人視頻平台根據客戶選擇的數字人分身模型，加上提供的語音、文本等多模態素材，加工合成為數字人視頻。

硅基數字人直播。硅基數字人直播平台根據客戶設定的直播文案，疊加預先設置的商品圖片等信息，生成具備選擇性回復觀眾評論和問題的實時視頻，實現直播推流。

硅基數字人智能交互。DUIX ONE根據客戶實時輸入的語音和視覺信息，進行綜合性識別與分析，結合大模型的邏輯推理，提供一對一的實時交互視頻，實現人類與數字人的流暢互動交流。

硅基全自動內容生產。虛擬團隊由生產型數字人和運營型數字人協同作業，前者負責拆解文本要素，根據腳本確定場景，並根據角色設定與敘事生成視頻。後者將視頻上傳並發佈至公開平台，其後定期收集反饋以提出迭代優化方案，推動內容自動化更新並實現硅基全自動內容生產。

下表載列我們硅基勞動力解決方案的平均部署週期。

	硅基 智能語音	硅基 數字人視頻	硅基 數字人直播	硅基 數字人智能 交互	硅基全自動 內容生產
平均部署週期 ⁽¹⁾ (天)	約105	2至3	2至3	120至180	約15

附註：

- (1) 完成一個部署週期(即從與客戶簽訂合約至完成解決方案交付)通常所需的平均時間。

營運及資金流向

下圖說明了我們的硅基勞動力解決方案的營運及資金流向。

- 硅基智能語音、硅基數字人視頻及硅基數字人直播

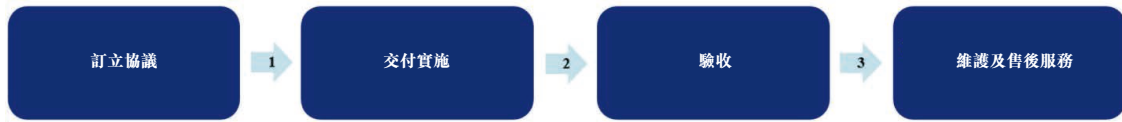


附註：

- (1) 我們與解決方案部署客戶或分銷商訂立協議，並向彼等收取款項。
- (2) 我們為解決方案部署客戶或分銷商開通賬號，包括硅基數字人視頻平台賬號和直播賬號，提供專屬登錄網站和軟件安裝包。
- (3) 在成功配置賬號並提供對應資源(例如連接至硅基智能語音平台及直播算力資源)後，即完成解決方案交付。
- (4) 我們為客戶提供全面的線上培訓，指導彼等正確使用我們的解決方案。客戶在日常營運中有任何疑問，可透過我們的服務支援微信群尋求協助，或直接聯繫我們的客戶服務團隊。

業 務

• 硅基數字人智能交互



附註：

- (1) 我們與解決方案部署客戶(包括集成商及其他大客戶)訂立協議並收取相應款項。我們會為客戶進行現場安裝、部署及實施。
- (2) 在項目實施過程中，我們根據已簽署協議中的里程碑收取進度款。實施完成後，客戶會進行驗收審查。
- (3) 成功驗收後，我們收取最終項目款項。根據與客戶協議中的具體條款，我們提供後續維護及售後服務。

• 硅基全自動內容生產



附註：

- (1) 我們與客戶訂立內容製作協議。客戶隨後提供詳細製作標準及原始素材，包括小說及劇本等文學作品。
- (2) 我們的系統會自動製作視頻，並將完成的內容交付客戶進行驗收審閱。
- (3) 在成功驗收所交付的內容後，客戶根據其與我們簽訂的協議進行對賬及結算款項。

定價

監管機構並無就我們的解決方案設定強制性定價機制，因此我們有權酌情釐定我們服務的價格。我們的硅基勞動力解決方案的價格差異很大，具體取決於產品類型以及企業客戶的行業、規模及業務複雜性。由於不同行業垂直領域客戶的不同類型解決方案的定價模式及部署需求的複雜性存在差異，我們為硅基勞動力解決方案設定的整體價格範圍相對較寬。具體而言：(i)硅基智能語音的年度價格範圍一般為人民幣20,000元至人民幣691,400元；(ii)硅基數字人視頻及硅基數字人直播的年度價格範圍一般為人民幣55,000元至人民幣650,000元；(iii)硅基數字人智能交互的年度價格範圍一般為人民幣24,000元至人民幣800,000元；及(iv)硅基全自動內容生產的價格範圍一般為每分鐘人民幣1,000元至每分鐘人民幣80,000元。

憑藉我們對處於不同成長階段且服務需求各異的企業的深刻洞察，我們採取差異化定價策略。下表概述我們於往績記錄期間的硅基勞動力解決方案的典型定價模式及影響定價的關鍵因素。

業 務

	典型定價模型		影響定價的主要因素	
	本地部署	雲端部署	本地部署	雲端部署
<p>硅基勞動力解決方案</p>	<p>按項目定價 (一次性許可費、定製開發費、實施費及維護服務費)</p>	<p>解決方案部署企業：按月/季/年固定訂閱費，以及按實際使用時間支付的按用量付費</p> <p>分銷商：固定授權費，以及根據分銷商與終端用戶簽訂的合同所產生的實際需求而支付的採購費(通常為我們市場指導價的某個百分比)</p>	<p>項目規模及複雜程度、系統集成水平、所需人力資源、落地場景、硬件算力需求、定製及部署聯調需求。我們亦會在招標文件不時提及的價格範圍內考慮一般客戶的盈利能力及與客戶的合作</p>	<p>解決方案部署企業：所需硅基勞動力及併發實例數量、API調用次數與複雜接口要求、定製化需求程度，以及算力適配與計算資源消耗量</p> <p>分銷商：營運規模、行業特定專業知識、經驗及市場資源、本地化專業知識、經驗及市場資源、內部技術團隊可提供解決方案實施</p>
<p>硅基智能語音</p>	<p>按項目定價 (平台採購費、並行許可費、AI語音場景定製費、實施費及維護服務費)</p>	<p>每月/每年固定訂閱費或按量付費(基於實際使用時長和定製場景數量)</p>	<p>系統並行規模、定製化程度、系統整合複雜度、部署複雜度、人力資源投入以及適配與整合需求</p>	<p>並行規模、定製場景數量以及語音通訊資源消耗</p>
<p>硅基數字人視頻及硅基數字人直播</p>	<p>按項目定價 (一次性許可費、定製開發費、實施費、維護服務費、數字人智能體定製費(按數量計費)以及營運支持服務費)</p>	<p>每月/每季/每年固定訂閱費、按量付費(基於實際使用時長和數字人智能體的數量)以及營運支持服務費</p>	<p>項目規模與複雜度、平台整合程度、人力資源投入、應用場景、硬件需求，以及定製、部署和聯調測試需求；項目盈利能力及未來合作</p>	<p>並行規模、API整合需求與用量、系統定製程度、算力適配與計算資源消耗</p>

業 務

	典型定價模型		影響定價的主要因素	
	本地部署	雲端部署	本地部署	雲端部署
硅基數字人工智能交互	按項目定價 (一次性許可費、定製開發費、實施費、維護服務費以及數字人工智能定製費(按數量計費))	每月/每季/每年固定訂閱費，以及按量使用時長和數字人工智能體量	項目規模與複雜度、平台整合程度、人力資源投入、應用場景、定製需求，以及定製、部署和聯合調試需求；項目盈利能力及未來合作	並行規模、SDK/API整合需求與用量、系統定製程度、算力適配與計算資源消耗
硅基全自動內容生產	按項目定價 (一次性許可費、定製開發費、實施費、維護服務費，以及影片生成與交付營運服務費)	按量付費(基於交付影片數量或影片時長)	項目規模與複雜度、平台整合程度、人力資源投入、應用場景、定製需求，以及定製、部署和聯合調試需求；項目盈利能力及未來合作	並行規模、影片內容複雜度、品質要求、消耗的模型類型，以及計算資源消耗

業 務

根據灼識諮詢的資料，我們解決方案的定價總體上符合中國數字人智能體行業的行業慣例。

案例研究

電信與金融行業客戶

案例研究A

於2022年，我們通過具競爭力的招標流程，成為一家大型國有電信運營商（「客戶A」）的供應商，為客戶A提供一站式硅基數字人智能交互解決方案。我們將解決方案深度嵌入客戶A的現有操作系統及業務流程。我們的解決方案部署於客戶A的多個關鍵營運領域，包括客戶服務、網絡營運及維護、智能社區管理及營運支持服務，協助客戶A有效控制營運及維護成本，優化人力資源配置，並提升服務回應時間及任務處理率。本項目的成功部署及經證實的成果已顯著提升我們的品牌形象，尤其是在電信行業。該里程碑式的成就創造了具參考價值的案例研究，這對於與其他大型企業簽訂新合約至關重要，直接推動了我們的業務擴張。

案例研究B

於2025年7月，我們向中國一家大型股份制銀行（「銀行B」）提供硅基勞動力解決方案。基於銀行B對數據安全、監管合規及運營獨立性的強化要求，我們在其私有基礎設施內設計並實施了行業專用的離線部署硅基勞動力解決方案。我們專門定製解決方案，以兼容銀行B的要求。我們的解決方案使銀行B能夠利用多種先進的人工智能功能，包括員工孿生數字人、自動化視頻生產和AI直播。同時，全面部署於銀行B私有環境的架構有效規避數據安全風險。透過批量克隆員工的孿生數字人及自動化視頻生產，銀行B實現了顯著業務增長。具體而言，與傳統營運模式相比，銀行B將視頻內容製作效率提高了約80%，同時大幅降低了營運成本。此外，引入7x24小時全天AI直播為銀行B建立了數字化營銷渠道，帶動其線上業務增長超過15%。此成果印證金融機構智能化轉型的顯著效益。

醫療企業客戶

案例研究C

於2024年11月，我們為一家大型國內互聯網醫療企業（「醫療企業C」）交付了硅基勞動力解決方案。我們為知名醫生提供了多個孿生數字人作為AI名醫助理。該等AI名醫助理使醫療企業C能夠向公眾提供全面的在線健康諮詢服務、體檢報告解讀和智能問診導診。AI名醫助理打破了傳統線下醫療服務的時間和空間限制，實現了患者7x24小時全天候服務的可及性。在AI名醫助理的幫助下，醫療企業C有效減輕了資深醫生的工作量負擔，同時實現了健康諮詢的智能化和線上服務流程的標準化。這種數字化轉型不僅提高了醫療的可及性，還為向服務不足地區提供優質醫療資源建立了可擴展的模式。此外，AI名醫助理在處理日常查詢方面保持穩定的服務質量，讓資深醫生能夠專注於技術改進、診斷及治療複雜或系統性病症。

業 務

硅基勞動力解決方案與社會效益

案例研究D

於2023年8月，我們向中國一個偏遠地區的農業開發集團交付了硅基數字人直播解決方案。由於當地茶農對互聯網營銷工具的熟練程度較低，他們歷來依賴為其他品牌代工，導致銷售渠道遲滯且市場認可度有限。我們的硅基數字人直播讓當地茶農能夠進行有效的產品銷售直播，並輔以利用數字人智能體技術轉變傳統茶產業實踐的專門培訓課程。此轉型為茶農開闢了可行的途徑，以採用現代營銷方法並加強收入來源。我們提供了超過50個標準化硅基虛擬主播及3個定製硅基虛擬主播，彼等進行了67場自動化直播。這些舉措顯著提升了地方茶產品在更廣闊市場的知名度，並直接促進了銷售增長，為當地茶農構建了技術基礎設施，並培育了可持續的智能電商模式。

案例研究E

於2025年3月，我們向中國一位專門從事聽障教育的教師提供了硅基勞動力解決方案。由於先天性聽力受損，該教師在實現精確的語音發音方面面臨挑戰，這限制了其製作教學視頻及提供線上直播課程的成效。利用我們的數字人克隆和語音合成技術，該教師創建了一個個性化的學生數字人，由其代表該教師在短視頻及實時直播互動中，提供自然流暢的語言表達，有效降低教育內容創作與線上教學之門檻。本案例展示了硅基勞動力解決方案在消除溝通障礙、拓展聽障群體職業發展空間以及促進教育普惠方面具備顯著價值。透過讓聽障人士參與新興的AI應用程序，例如短視頻製作和直播，我們不僅擴大了潛在客戶群，更重要的是展示了AI技術如何促進社會普惠性和企業責任目標。

關鍵營運數據

下表載列我們於所示年度的主要經營指標。

	截至12月31日止年度／截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
總收入(人民幣千元)	530,806	655,438	788,818
新客戶數目 ⁽¹⁾	890	461	254
平均獲客成本 ⁽²⁾ (人民幣千元)	123	184	222
客戶數目 ⁽¹⁾	1,009	680	431
每名客戶平均收入 ⁽³⁾ (人民幣千元)	526	964	1,830
平均合約價值 ⁽³⁾ (人民幣千元)	92	449	1,230
項目數目	260	381	305
平均項目價值 ⁽⁴⁾ (人民幣千元)	1,872	1,669	2,595
淨收入留存率 ⁽⁵⁾ (%)	254.4	115.6	82.2

附註：

- (1) 於2024年及2025年，新客戶數量及客戶總數均有所減少，主要由於我們戰略性地將更多資源集中於深化與大客戶的合作夥伴關係，同時減少對業務營運前景欠佳或資金流不穩定的客戶的營銷力度。該策略有助於客戶平均價值及項目平均價值於整個往績記錄期間內的持續增加。我們預計，將資源集中於服務項目中的大客戶，將進一步使我們能夠與其保持穩定的關係、積累深厚的垂直行業洞察力並推進我們的解決方案。於往績記錄期間各年，我們的客戶數量均遠高於項目數量。該差異源於我們的雙重客戶群：雖然部分企業客戶採購基於項目的解決方案，我們

業 務

亦服務於採購具備高度標準化配置及靈活平台架構的產品化硅基勞動力解決方案的客戶（通常為中小企業）。

- (2) 按特定年度的總獲客成本除以同年新客戶的數目計算。總獲客成本指我們於特定年度的銷售及營銷開支。於整個往績記錄期間內，我們的平均獲客成本有所增加，主要是由於我們的營銷推廣力度加大以及為吸引客戶而採購營銷服務。
- (3) 每名客戶平均收入的計算方法為：將某一年的總收入除以同年的客戶總數。平均合約價值按特定年度我們客戶的合同總價值除以同年合同總數計算。我們的總合約價值是指與客戶的合約總額（包括框架協議及採購訂單），而我們的總收入是指依據我們的收入確認政策確認為收入的金額。
- (4) 按特定年度的總收入除以同年項目總數計算。
- (5) 計算方式：以本年度及前一年度認購解決方案的客戶應佔本年度收入為分子，以相同客戶群應佔前一年度收入為分母，以百分比標識。淨收入留存率於整個往績記錄期間內有所下降，主要是由於我們更專注於引進及推廣硅基全自動內容生產，導致回購我們硅基數字人視頻及硅基數字人直播的客戶數量有所減少。

下表載列我們於所示年度按部署類型、數字人智能體類型及客戶行業垂直領域劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
總收入.....	530,806	100.0	655,438	100.0	788,818	100.0
按部署類型劃分						
本地部署	485,363	91.4	629,445	96.0	778,235	98.7
雲端部署	45,443	8.6	25,993	4.0	10,583	1.3
按數字人智能體類型劃分						
原生數字人智能體.....	530,623	100.0	655,430	100.0	787,813	99.9
IP數字人智能體.....	183	0.0	8	0.0	1,005	0.1
按客戶行業垂直領域劃分						
通信.....	251,150	47.3	440,117	67.1	546,657	69.3
互聯網技術	238,193	44.9	195,825	29.9	197,384	25.0
金融.....	16,784	3.2	8,156	1.2	21,501	2.7
其他 ⁽¹⁾	24,679	4.6	11,340	1.7	23,276	3.0

附註：

- (1) 主要指製造、零售、教育及醫療行業。

下表載列於所示年度按解決方案的類型劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
硅基數字人智能交互 ⁽¹⁾	460,051	86.6	612,656	93.4	722,872	91.6
硅基全自動內容生產	—	—	—	—	51,388	6.5
硅基數字人視頻及 硅基數字人直播 ⁽²⁾	45,443	8.6	25,993	4.0	10,583	1.3
硅基智能語音 ⁽²⁾	25,312	4.8	16,789	2.6	3,975	0.5
總計.....	530,806	100.0	655,438	100.0	788,818	100.0

業 務

附註：

- (1) 於整個往績記錄期間內，我們自硅基數字人智能交互產生的收入持續增加，主要可歸因於隨著中國數字人智能體行業的增長，我們為滿足關鍵客戶的需求而在開發硅基數字人智能交互方面付出的努力。
- (2) 於整個往績記錄期間內，我們自硅基數字人視頻及硅基數字人直播產生的收入持續減少，主要乃由以下原因導致：隨著我們將重心轉向開發硅基數字人智能交互及硅基全自動內容生產，我們對該等成熟的解決方案提供更優惠的折扣條款。由於相同的原因，同期我們來自硅基數字人智能交互的收入有所減少。

下表載列於所示年度按解決方案的類型劃分的我們的毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
硅基智能語音.....	7,727	30.5	6,900	41.1	1,023	25.7 ⁽¹⁾
硅基數字人視頻及硅基數字人直播 ⁽²⁾	36,653	80.7	17,429	67.1	2,444	23.1
硅基數字人智能交互.....	199,123	43.3	201,459	32.9(3)	240,647	33.3
硅基全自動內容生產.....	—	—	—	—	28,236	54.9
總計.....	243,504	45.9	225,789	34.4	272,349	34.5

附註：

- (1) 硅基智能語音的毛利率於2025年有所下降，主要乃由於隨著有關解決方案的成熟，我們努力透過提供折扣以吸引客戶。
- (2) 於整個往績記錄期間內，硅基數字人視頻及硅基數字人直播的毛利率下降主要乃由以下原因導致：我們為支持低線市場的業務擴張而就硅基數字人視頻及硅基數字人直播提供產品迭代計劃及更優惠的折扣條款。
- (3) 硅基數字人智能交互的毛利率於2024年有所下降，主要乃由於我們努力向市場推出有關解決方案及透過提供折扣以吸引客戶。

我們的全球業務拓展

在鞏固國內市場領導地位的同時，我們正積極在海外市場尋求戰略性全球擴張。我們在中國與東南亞以外的東亞國家及地區所取得的業務開拓初步成功，證明此策略的可行性。

作為國內數字人智能體提供商中率先於境外市場引入及推廣數字人智能體的先驅，我們將中國以外東亞國家和地區以及東南亞確定為我們的首個國際市場。根據灼識諮詢的資料，大多數數字人智能體提供商僅在2025年或之後才開始拓展海外市場。憑藉地域鄰近性、既有競爭優勢及經中國市場驗證之專業能力，我們成功在多個國家和地區建立並維持業務版圖，推出針對當地場景定製之硅基勞動力解決方案的獨特價值主張。通過為特定國家和地區的產業結構提供本地化服務，我們顯著提升數字人智能體在亞洲市場的滲透率。在韓國，我們積極探索業務機遇，並已透過試點計劃部署硅基數字人直播，以大幅提升直播電商運營效率及用戶參與度。我們預計硅基勞動力解決方案將助力更多當地企業藉助先進AI直播技術把握新興互聯網營銷機遇。在日本，我們注意到高齡化社會對數字永生日益增長之需求。我們推出硅基勞動力解決方案，以實現

業 務

與已故家屬孿生數字人之實時視頻通訊。此類數字永生服務在人口老齡化的國家和地區已展現出巨大的市場潛力。由於我們正處在開拓海外市場的試點階段，於往績記錄期間從該等市場產生的收入對本集團整體而言微不足道。

此外，我們透過在香港及新加坡設立附屬公司作為區域辦事處，一直在加速海外市場的擴張，建立與當地客戶之直接業務聯繫，並覆蓋亞洲主要市場。透過在非本地市場部署辦事處及基礎設施，我們的員工利用本地化專業知識支援市場推廣、定製化售前溝通、項目實施以及售後客戶服務，確保持續提供卓越解決方案。憑藉雄厚的國內研發能力、本地化市場存在以及服務國內大型企業複雜項目積累之垂直行業經驗，我們預計將實現高效之全球業務擴張。

隨著我們早期的全球擴張策略在市場上持續取得成功，我們計劃在未來數年透過設立本地附屬公司，進一步加強我們的業務佈局。我們在海外市場的代表性項目將推動中國的內部研發和模型迭代，同時為硅基勞動力解決方案開拓歐洲和北美洲的市場機會。這將推動AI直播、短視頻、短劇、動漫及電影在全球範圍內更廣泛的普及，從而在國際舞台構建持久而強大的中華文化影響力。

市場機會及競爭

根據灼識諮詢的資料，我們在競爭激烈且發展迅速的數字人智能體市場中經營。按數字人智能體供應商產生的收入計，全球數字人智能體市場的市場規模預期到2030年將達人民幣470億元，2024年至2030年的複合年增長率為50.4%。按收入計，中國數字人智能體市場的市場規模由2021年的人民幣5億元增至2024年的人民幣20億元，複合年增長率為55.8%，並預計於2030年進一步增至人民幣155億元，2024年至2030年的複合年增長率為40.3%。根據灼識諮詢的資料，就2024年數字人智能體所產生的收入而言，我們在中國數字人智能體行業所有市場參與者中排名第一。於全球數字人智能體提供商中，就2024年提供數字人智能體解決方案產生的收入而言，我們位居第二。我們主要在以下關鍵方面與競爭對手競爭：(i)解決方案的可靠性、有效性及效率；(ii)品牌知名度及品牌影響力；(iii)定價；(iv)成本管理及成本控制能力；(v)將尖端技術(例如AI技術及大數據分析)融入解決方案產品的能力；及(vi)銷售網絡規模以及與分銷商及渠道合作夥伴的合作。

核心AI技術及自我強化飛輪

我們的核心AI技術

我們將先進的多模態智能交互技術主動融入硅基勞動力解決方案中，透過針對性的技術改進，持續提升硅基勞動力的表現。我們的核心人工智能技術連同支撐有關技術的模型及技術模組由我們自主研發。我們已建構完整的技術堆疊，涵蓋數字人智能體、語音辨識、自然語言處理、電腦視覺及多模態互動，建立強大的技術壁壘。我們以數字人智能體為核心的專利組合，為我們內部技術的競爭優勢提供了堅實的保障。

DUIX ONE

我們自主開發的多模態交互引擎DUIX ONE，專為系統協同調度而設計，整合包括語音理解、視覺識別、語言生成及情感計算在內的多模態信息流，構建統一的語義表示空間。DUIX ONE透過多線程異步調用與跨模態注意力融合，驅動我們的硅基數字人

業 務

智能交互，實現不同感知模態間的高效通信。DUIX ONE配備動態推理策略，可根據上下文線索和任務複雜性，自適應切換不同精度的模型，從而實現性能與成本效益的最優平衡。作為認知與決策中樞，我們的DUIX ONE為硅基勞動力提供信息融合、決策及行為規劃的統一能力，使其具備類人的理解與執行邏輯。透過動態推理與上下文感知機制，硅基勞動力可根據任務需求靈活及時地作出回應。憑藉低延遲、即時互動的特性，硅基勞動力成為複雜業務運營中真正具備智能的參與者，透過情境感知與認知能力處理各項任務。

語音識別技術

我們的語音識別技術支持中英雙語口音識別，其模型具備實時流式識別，平均響應時延低150毫秒，適用於實時數字人智能對話場景。語音識別技術為我們的硅基勞動力提供聽覺感知能力。硅基勞動力可運用自動語音辨識技術即時獲取人類語言輸入，繼而基於上下文分析進行意圖理解與任務執行。對多種口音與語種之精準識別，使硅基勞動力得以在全球多語言工作環境中實現自然協作。語音識別技術是硅基勞動力與人類溝通的關鍵技術。

自然語言處理技術

我們的自然語言處理技術以大語言模型為基礎，並通過領域特定微調進一步增強，顯著提升其在開放式對話及多輪上下文理解之能力。該系統集成語義意圖解析的專用模塊，能夠基於語氣與語義進行自適應應答。我們的自然語言處理技術能夠在語音轉文本後實現自動語義修復與補全，大幅提升硅基勞動力對非結構化口語數據的可理解性。自然語言處理技術是我們硅基勞動力的核心認知引擎與語言處理中樞。它賦予硅基勞動力上下文理解、知識引用與邏輯表達能力，使其能在複雜任務(如客戶支持、文檔生成及報告分析)中執行類人思維與推理。該技術實現了從理解到表達的自主智能化。

計算機視覺技術

我們的計算機視覺技術可將視覺識別結果與語音輸入聯合推理，用於判斷對話情境，包括人物狀況、場景變化及用戶情緒。透過我們的視覺語音協同對齊模塊，計算機視覺技術促進了硅基勞動力的面部表情、語音表達與語義內涵實現實時一致性。計算機視覺技術為我們的硅基勞動力提供視覺感知與空間理解能力，使硅基勞動力能夠理解其工作環境、識別用戶行為和表情，並將視覺線索與語音信息融合，形成多模態感知閉環系統。這種整合方法使硅基勞動力能夠參與需要感知反饋的任務，例如視覺巡檢、遠程監護、虛擬主持和數字培訓指導。透過將視覺理解與其他感官輸入相結合，我們的計算機視覺技術為日益複雜的營運環境中實現精細化人機協作奠定基礎。

業 務

其他技術

我們的硅基勞動力亦受即時通信技術支持。特別是，RTC有助於跨平台、低延遲的數據傳輸。這些技術支持知識檢索增強與多輪推理能力，大幅提升硅基勞動力對複雜問題提供深度回答與分析的能力。此技術體系同時兼容端側與遠端模型推理，共同構建硅基勞動力的生態支撐層。

RTC建立實時交互通道，而大語言模型則提供知識處理與語言推理能力。在我們整體數字人架構中，這些核心算法使硅基勞動力能夠理解任務和感知環境、表達個性並執行決策，最終在真實的業務流程中實現人機協作與自主操作。

受惠於我們引擎及技術的高度可靠性以及具高可用性之網絡服務器架構，我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期並無經歷任何重大服務中斷。我們預期將持續投入我們的引擎及技術研發，以強化我們的硅基勞動力解決方案，並滿足客戶日益增長的需求。

自進化飛輪

我們的強大飛輪持續推動我們的研發活動，實現模型迭代與應用優化。此飛輪賦予我們的解決方案在高複雜度和合規敏感場景中獨特的優勢。於學習及驗證的過程中，算法、算力及數據作為人工智能的核心要素，可相互促進，持續強化我們的解決方案。我們的業務飛輪已歷經三個戰略階段演變。

初期探索與奠基階段。於初期探索與奠基階段，我們透過項目—產品循環驗證市場需求，累積行業知識，建立品牌知名度並生成初始現金流。透過為大客戶實施定向項目，我們深入理解行業特定需求，並相應積累垂直領域專業知識。同時，我們將這些項目中可複用的AI能力進行總結與產品化，以服務有需求的其他客戶。

強化與擴張階段。在產品算力循環驅動下，我們提升交付效率並優化用戶體驗，為規模化增長做好準備。隨著我們的解決方案獲得市場認可，我們見證了對穩定、規模化算力日益增長的需求。因此，我們戰略性投入算力基礎設施進，以優化用戶體驗與可靠的解決方案交付。

規模化擴張階段。我們已進入規模化擴張階段，電力、算力及財力構建自進化飛輪，推動我們的業務擴張、營運效率與盈利能力提升。在此飛輪中，算力通過基於成果的解決方案直接變現，產生現金流，從而使得採購電力以強化算力成為可能。從傳統項目制解決方案提供商轉型為由飛輪效應和規模經濟驅動的AI原生企業，我們預期將擴大市場份額，並鞏固我們在中國及全球數字人智能體行業的領導地位。

研發

我們對AI技術的加速發展保持警惕性監管，確保我們的產品與尖端技術進步保持同步。我們的研發活動專注於AI技術的開發與應用，特別是數字人智能體技術，以推進硅基勞動力解決方案並滿足業務運營中產生的需求。

業 務

我們的研發團隊

研發人才的專業能力對本公司及業務成功至關重要。截至2025年12月31日，我們擁有63名研發人員，約佔同期僱員總數的63.6%。能否有效識別、招聘及留任足夠的研發人才，對我們業務策略的實施、技術進步的進程及市場競爭力均產生重大影響。在招募新晉研發人才時，我們會綜合評估其學術背景、專業技能、問題解決能力以及品格誠信。截至2025年12月31日，我們專注算法研究的核心研發團隊中約90%的成員持有碩士或以上學位，且多數具備計算機科學、機器學習、自然語言處理、計算機視覺及數學建模等領域的專業知識或從業經驗。專業的內部研發團隊持續強化硅基勞動力解決方案的功能性，並拓展多元應用場景，既能高效因應不同規模企業的市場偏好差異，亦能滿足行業特定需求。我們透過具競爭力的薪酬體系、績效獎金、[編纂]購股權計劃及完善的人才發展機遇等多維策略，提升研發團隊的穩定性。為推動持續成長，我們實施系統化人才培育措施，包括持續進行的專業培訓及組織參與行業展會、研討會與技術論壇。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們的研發開支分別為人民幣129.6百萬元、人民幣150.1百萬元及人民幣163.3百萬元，分別佔同年總收入的24.4%、22.9%及20.7%。隨著我們將進一步升級解決方案、拓展應用場景並推進全球業務探索，未來將持續於研發活動投入資源。同時，隨著我們炎帝大模型及DUIX ONE的技術推進，預期我們將見證研發效率的進一步提升，以及研發活動成本效益的持續優化。

我們的研發流程

本公司研發團隊採用標準化研發體系，系統化地分析客戶需求、技術可行性及全球市場趨勢。我們的演算法模型開發週期通常耗時2至5個月，基礎功能迭代週期約需1至2個月，而機能優化通常僅需1至2週即可完成。我們持續提升開發效率，以即時應對市場需求的動態變化。

- **規劃：**我們的研發團隊依據公司戰略業務目標制定開發計劃，每年會編製研發項目計劃與預算，以確定開發類型及優先級。技術長隨後審核並批准研發項目計劃與預算。研發團隊副總裁定期監控項目進度，並可根據實際業務需求啟動額外研發項目，惟需完成內部規劃與審批程序。
- **立項：**研發團隊成員彙整來自內部及各部門的需求，從市場與技術雙維度分析跨部門回饋，形成技術可行性分析報告。經內部審批後，團隊擬定詳細技術開發方案，由研發副總裁提交立項申請，經層級審查後由行政總裁核准。通過後財務部門將建立成本核算編碼，研發團隊則在計算平台創建資源分配項目。
- **研發：**每個研發項目設項目負責人統籌，負責制定時程與需求文件，召開啟動會議明確任務分工。透過週例會、階段審查與專題會議確保開發過程溝通順暢。我們詳細記錄測試數據並編製測試報告，系統化優化新功能模組以提升性能。

業 務

與可靠性。行政總裁及技術總監透過月度進度報告持續追蹤研發進展。

- **調整：**我們及時調整研發目標、預算與時程以確保成本效益並管控風險。若經多次優化仍未能達到設計方案預期目標或品質要求，將終止開發項目。
- **轉化驗收：**透過開發與修正的研發成果，由團隊進行測試並編製內部驗收報告。完成移交後，經內部審批啟動上線程序。我們製作項目結題報告並舉行覆盤會議，由管理層提供評估意見。
- **復盤：**項目負責人每週監控進度、季度彙報，財務部門按季提報預算執行統計。商品化上市後，我們主動追蹤市場回饋以快速解決研發階段未發現問題。技術總監整合項目與預算執行情況，每季至少彙整一次研發實施總結向行政總裁報告。

除自主研發外，我們積極與高等院校及研究所合作，共同推進孿生數字人、機器聽覺與視覺、虛擬實境、人機互動，以及模型演算法之研究、訓練與應用。截至最後實際可行日期，我們已與多家教育機構及研究機構建立研發合作關係：

- 我們已與省級工業技術研究院合作共建聯合開發中心，透過三年期協議開展戰略研究、推動產業鏈合作、攻克技術難題，並共同培育產業人才。我們與該研究院共同向該聯合開發中心提供其營運資金。我們委任負責該中心日常管理及營運的經理。我們亦透過實地調研及專家諮詢，引領行業需求研究，並編製行業研究報告。此外，我們與已經與該中心建立合作夥伴關係的大學合作，促進聯合研發及人才培養計劃。
- 與南京一所著名的國家研究型大學合作，期限為33個月，就基於深度學習的超逼真數字人生成平台進行聯合研發，使我們能夠提升核心技術能力，加速產品迭代，並強化我們的產學驗證資質。在此聯合研發項目中，雙方同意利用研究成果申請省級研究項目。倘獲得資助，我們須按項目資金的一定百分比支付予大學。
- 我們與南京一所技術學院建立了合作關係，期限為10年。我們委託該學院就基於圖像處理的數字人建模及姿態估計技術進行研究。根據經協定的研發計劃，該學院開發並交付算法，提供相應的使用說明文件，並提供技術指導以及現場培訓。作為回報，我們向該學院支付分階段的固定服務費。

業 務

- 我們亦與南京一所省級工程大學建立了合作關係，期限為10年。我們委託該大學就微電網基於數字孿生體的異構多模態數據融合方法進行研發。該大學編製研發計劃，以研究並隨後交付模型框架、運行參數及技術要求規格，同時提供技術指導及現場培訓。相應地，我們向該大學支付分階段的固定服務費。

與該等大學及學院合作使我們能夠將學術研究的最新成果融入我們的解決方案開發中，並在超逼真數字人生成、基於影像處理的數字人建模及姿態估計技術以及基於孿生數字人的微電網異構多模態數據融合方法等先進數字人智能體技術領域處於前沿地位。根據我們與上述大學及學院的合作協議，合作期間產生的所有知識產權均由我們獨家擁有。我們預期該等知識產權持續推動硅基勞動力解決方案的提升及應用場景的豐富，有效提高技術競爭力及市場適應性以及通過解決方案升級最終推動我們的收入。

我們將持續聚焦吸引研發人才，保持對研發活動的針對性投入，以強化競爭優勢驅動永續成長。透過持續引領數字人智能體技術革新與商業應用，並致力於大模型與智能演算法的迭代升級，我們正積極適應市場趨勢，塑造數字人智能體產業的未來。請參閱「未來計劃及[編纂]用途」及「— 業務戰略」。

知識產權

知識產權對我們的成功與競爭力至關重要。我們未來的商業成就很大程度上取決於：(i)持續為核心技術及專有知識獲取並維持知識產權保護(特別是專利、著作權及商業秘密)的能力；(ii)積極捍衛並執行我們的知識產權權利；(iii)避免侵犯第三方知識產權。截至最後實際可行日期，我們在中國有(i) 25項註冊專利；(ii) 12項註冊著作權；(iii) 16項註冊商標；及(iv) 1項註冊域名，均對我們的業務至關重要。截至同日，在中國境外司法轄區，我們擁有(i) 3項註冊專利；及(ii) 1項註冊商標，均對我們的業務至關重要。有關更多詳情，請參閱「附錄四 — 法定及一般資料 — B.有關我們業務的其他資料 — 2.本集團的知識產權」。我們廣泛的專利組合顯示我們強大的研發能力，而健全的知識產權保護則保障我們的開發，並進一步推動持續的技術進步。

我們已透過主動在國內外為核心技術提交申請，建立完善的專利池；研發團隊全體員工均簽署保密與競業禁止承諾，人力資源部門嚴格管控技術文件存取權限；定期舉辦內部培訓與視覺化展覽，展示專利成果並宣導知識產權保護重要性，同時營造動態及有創意的文化；內部培訓更涵蓋專利申請策略、商業化佈局及侵權風險防範等領域。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因任何知識產權被侵犯而被起訴或就此進行仲裁，亦無接獲任何第三方聲稱任何知識產權被侵犯的通知而對我們的業務造成重大不利影響。此外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並

業 務

無因侵犯第三方的任何知識產權而被任何政府機關調查或審核並得出不利結果而對我們的業務造成重大不利影響。

質量保證及保修

我們已實施一套涵蓋整個解決方案生命週期的全面質量管理體系，從初始設計到售後支援。我們通常在整個項目週期內為大客戶提供全面運營支持。實施期間，我們與客戶保持密切溝通，協調問題解決，執行項目部署與測試，並根據整體項目計劃定期提交進度報告與里程碑成果，以確保及時驗收與交付。在項目後期服務階段，我們的支援通常涵蓋系統檢查、故障排除、維保期屆滿提示及維保續期通知。我們已建立標準化維護管理程序，推動服務請求及其他維護活動的結構化處理。客戶通常享有一至三年的維保期。我們向其他客戶提供技術維護及必要的平台支援服務通常包括營運指引、問題排解、故障分析及解決。倘發生系統故障或異常情況，我們承諾會主動處理，並確保在工作日24小時內作出初步回應。此外，為提升客戶體驗及維持服務安全，我們會定期進行系統升級，並免費為客戶提供升級支援。

於往績記錄期間直至最後實際可行日期，我們未曾發生任何實質產品退貨，亦無發生對業務產生重大不利影響的質量責任索賠、安全事故或與產品質量相關的法律訴訟。

營銷及推廣

我們的銷售網絡

我們已建立廣泛的銷售網絡，透過直銷及分銷商銷售硅基勞動力解決方案。下表載列我們於所示年度按銷售渠道類型劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	收入	估總計 百分比	收入	估總計 百分比	收入	估總計 百分比
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
直銷.....	509,987	96.1	640,570	97.7	782,246	99.2
分銷商.....	20,819	3.9	14,868	2.3	6,572	0.8
總收入.....	530,806	100.0	655,438	100.0	788,818	100.0

直銷網絡

在我們的直銷模式架構下，我們為追求可信賴AI解決方案的企業提供硅基勞動力解決方案，使其能將數字人智能體作為新型勞動形態，有效解決因人工操作效率低下、員工成本攀升及勞動力短缺所帶來的營運挑戰。我們會根據企業的營運規模、業務複雜度及特殊需求設計及部署我們的解決方案。

直銷體系是我們客戶觸及策略的基石，使我們能直接面向市場並維持強勁的市場能見度，強化品牌影響力並自主展現技術實力。此種直達市場的觸達模式對獲取第一手回饋至關重要，透過分析客戶意見與理解其複雜價值主張，我們得以驅動解決方案

業 務

演化。即時回饋不僅啟發我們的研發藍圖，更確保技術發展始終與實際市場需求同步。在硅基勞動力解決方案中，多項具行業深度的洞察與功能強化，正是透過直銷網絡收集的客戶回饋所孕育而生。與此同時，我們廣泛的直銷網絡使我們能夠與各類企業建立全渠道合作關係，為其提供量身定制的產品演示與全面技術培訓。配合及時響應的技術支援與售後服務，我們持續提升客戶滿意度，並與客戶建立持久的信任型夥伴關係。

我們的直銷合約

我們與大客戶訂立基於項目的合約，主要條款如下：

- **期限。**合約期限一般介乎少於1年至3年。
- **產品服務。**我們提供的產品通常涵蓋硅基智能語音、硅基數字人視頻(包括定製數字人孿生及語音克隆服務)、硅基數字人直播及硅基數字人智能交互。
- **維護與服務。**我們的技術支援體系涵蓋：(i)售前活動，包括技術方案介紹；(ii)實施與維護服務，包括現場勘查、項目設計、方案制定及專業技術執行；及(iii)售後支援，包括項目檢視、故障排除、主動發出保固期屆滿預警及通知。
- **定價。**價格按項目詳情釐定，通常包含一次性授權費、定製開發費或實施費用，以及維護服務費。請參閱「—硅基勞動力解決方案—定價」。
- **付款與信用條款。**根據我們的信貸風險管理政策，客戶須通過指定銀行賬戶完成付款。根據灼識諮詢的資料，我們與大客戶簽訂的合約通常並無信貸條款，這在行業中並不罕見。
- **知識產權。**於項目期間獨立或共同開發之任何與我們解決方案相關概念或技術，任何一方均可自由使用，惟前提條件為有關使用不得侵犯有效專利或版權。
- **保密義務。**各方均須對與合約相關之所有信息保密，且不得向任何第三方披露該等保密信息。

我們與其他客戶(通常是中小型企業)訂立合約，主要條款如下：

- **產品服務。**我們提供的產品通常涵蓋硅基智能語音、硅基數字人視頻(包括定製數字人孿生及語音克隆服務)、硅基數字人直播及硅基數字人智能交互。
- **維護與服務。**我們向客戶提供必要的技術支援，涵蓋系統操作指導、問題排查、故障分析及修復服務。
- **定價。**我們通常根據客戶實際使用時長，收取固定訂閱費用及按量計費費用。請參閱「—硅基勞動力解決方案—定價」。
- **付款與信用條款。**我們一般要求客戶預先付款。待客戶全額付款後，我們即提供相關解決方案。

業 務

- **知識產權。**客戶保證彼等擁有其提供的肖像及語音的合法權利或授權，並負責確保並無第三方權利被侵犯。在與客戶合約履行過程中，我們對所提供之解決方案或開發成果保留所有權及知識產權。
- **保密義務。**各方均須對與合約相關之所有信息保密，且不得向任何第三方披露。此項義務在合約終止後持續有效。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未發生任何與客戶直銷合約相關的重大違約情況。

分銷網絡

分銷商採購我們產品化的硅基勞動力解決方案，旨在透過其本地營銷資源、特定行業垂直領域的專業知識，以及向當地市場推廣AI解決方案的經驗，向終端用戶進行推廣及轉售。我們在產品交付並獲得終端用戶驗收後，確認從分銷商銷售中產生的收入。根據灼識諮詢的資料，我們與分銷商的合作本質上屬於契約性的買賣關係，且總體符合行業慣例。下表載列所示期間我們銷售網絡中分銷商數量的變動情況。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
年初分銷商數目.....	66	251	157
年內與我們新訂合作協議的分銷商數目.....	233	59	19
年內終止與我們合作的分銷商數目 ⁽¹⁾	(48)	(153)	(82)
年末分銷商總數.....	251	157	94

附註：

- (1) 根據我們對彼等市場潛力及未來業務策略的評估，我們於到期後並無與該等分銷商續期協議。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與終止與我們合作的分銷商並無任何重大未決糾紛或訴訟。

我們與分銷商的合作

我們的分銷商通常包括於垂直行業的平台營運服務供應商及營銷服務供應商，彼等擁有完善的本地營銷網絡及客戶基礎。據我們董事所深知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們所有分銷商為獨立第三方且概無我們的分銷商由我們現有或前僱員控股。我們與分銷商訂立協議的主要條款如下：

- **期限：**通常為期1年。
- **授權範圍：**分銷商支付固定授權費用，獲准向指定地理區域及行業內的企業銷售指定產品。我們為每類產品設定市場指導價格。為防範惡性市場競爭並維護企業聲譽，我們禁止分銷商以低於市場指導價格的售價向終端用戶銷售。未經我方事先書面同意，分銷商在任何情況下均不得向授權範圍外的企業推廣我們的解決方案。

業 務

- **目標銷售額**：我們通常不為分銷商設定年度或半年度銷售目標。
- **產品服務**：我們提供數字人智能體、定製解決方案、技術培訓及營運支持，以協助分銷商進行推廣銷售。分銷商獲授權向潛在終端用戶推廣我們的解決方案。當分銷商申報潛在終端用戶並獲得我們書面同意後，即可開始正式洽談並與終端用戶訂立銷售合約，分銷商隨後根據銷售合約確定的類別與數量的具體要求向我們下單採購。
- **付款**：我們通常要求分銷商在發貨前全額預付貨款。
- **終止**：協議可因期滿終止、雙方合意終止，或倘分銷商發生重大違約(例如以低於市場指導價格銷售予終端用戶、未經書面同意使用印有我們商標的名片、門牌等材料進行商業活動等)時由我方單方面終止。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無經歷任何嚴重違反與分銷商所訂立協議的情況，亦無與分銷商發生任何重大糾紛或衝突。

管理措施

為維持與分銷商的良好關係，並避免自相蠶食或過度依賴，我們採取了以下措施：

- **審慎遴選**：在與分銷商訂立協議前，我們通常會綜合評估多項因素，包括其市場推廣能力、行業經驗與技術專長、現有客戶群體、歷史銷售與合規表現、財務實力等。
- **針對性授權範圍**：我們會為分銷商劃定特定地理區域與垂直市場，同時設定市場指導價格，以避免惡性競爭與無序營銷活動對品牌形象與聲譽造成負面影響。
- **多元化佈局**：我們未與任何分銷商訂立獨家供貨協議。我們透過以下方式與多家合格分銷商建立合作：拓展跨區域分銷網絡以降低因地方法規或社會環境變動造成的局部營運中斷，並與電商、醫療保健及醫藥等不同領域的專業分銷商開展合作。
- **降低渠道壓貨風險**：以需求驅動的採銷網絡結構從根本上消除了分銷商超量囤積我們產品的財務動機。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未對單一分銷商產生重大依賴，亦未出現嚴重的蠶食效應或渠道壓貨現象。詳見「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們面臨與我們的分銷商相關的風險」。

業 務

銷售及營銷團隊

截至2025年12月31日，我們的銷售及營銷團隊由10名僱員組成，多數擁有AI、自動化及／或營銷方面的專業知識或經驗。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們的銷售及營銷開支分別為人民幣110.3百萬元、人民幣82.6百萬元及人民幣55.2百萬元，分別佔同年我們總收入的20.8%、12.6%及7.0%。

客戶獲取渠道

近年來，我們持續透過以下方式強化品牌認知度並推廣解決方案：(i)參與或主辦線下AI展覽、研討會及技術交流會，持續提升在現有及潛在客戶間的曝光度，向企業界推廣品牌形象；(ii)透過自有微信公眾號、微信視頻號及官方網站發佈最新動態，包括新推出解決方案、與行業領先企業的戰略合作、參與知名展會及獲頒獎項等重要信息；(iii)與提供營銷服務的第三方渠道夥伴合作，藉助其專業技能與營銷資源，有效擴大市場觸及範圍。

於2023年、2024年及2025年，我們分別擁有252名、58名及43名由渠道合作夥伴介紹的客戶，收入貢獻為人民幣198.2百萬元、人民幣429.2百萬元及人民幣309.3百萬元，分別佔我們同年總收入的37.3%、45.2%及39.2%。我們通常與渠道夥伴訂立為期三年的合作協議。於協議期內，由渠道夥伴進行市場調研、分析客戶需求、發掘商機並促成客戶與我們簽約，渠道夥伴則按我們與客戶簽約金額的一定比例收取服務費。有關服務費於我們的綜合財務報表中記錄為銷售及營銷開支內的營銷服務開支。於2023年、2024年及2025年，我們分別擁有28家、20家及13家渠道合作夥伴。於2023年、2024年及2025年，我們向渠道合作夥伴支付的服務費總額分別為人民幣19.4百萬元、人民幣22.2百萬元及人民幣18.6百萬元。我們的渠道合作夥伴通常為信息技術公司，註冊資本一般介乎人民幣0.1百萬元至人民幣50百萬元之間。據我們所深知，於往績記錄期間內，我們的渠道合作夥伴及其最終實益擁有人與下列各方並無過往或現有的關係(包括但不限於親屬、業務、僱傭、融資、信託及股權關係)：(i)由其或其最終實益擁有人介紹的客戶；或(ii)本公司及附屬公司、單一最大股東集團、董事及高級管理層或其各自的聯繫人。

此外，日益提升的品牌知名度更引發現有客戶的主動推薦。當既有客戶向業界同行分享成功實施經驗時，我們可靠的硅基勞動力解決方案聲譽隨之持續強化。此種有機成長模式使新客戶在我們僅需投入最低直接營銷資源的情況下選擇我們的產品。

我們的客戶

我們客戶涵蓋多個行業之企業，主要包括醫療、教育、法律服務、金融、文化、娛樂及養老服務等。隨著我們的硅基勞動力解決方案於多個行業獲廣泛驗證，我們已積累大量針對不同企業需求之參數，從而推動解決方案之普適性。此外，跨行業垂直領域之多元化客戶基礎為我們提供內在保障，以抵禦行業特定波動，因任何單一行業受經濟波動影響均不太可能對我們整體業務韌性構成重大影響。我們亦設有分銷商，彼等向我們採購產品化之硅基勞動力解決方案，繼而轉售予特定地理區域之終端用戶。我們通常要求客戶通過企業銀行轉賬方式結算付款。

業 務

於往績記錄期間，我們之收入主要來自向大客戶提供硅基勞動力解決方案，該等解決方案主要透過本地項目部署方式交付。在較小程度上，我們亦通過以標準化及產品化模式主要經雲端服務提供硅基勞動力解決方案產生收入。下表列示所示年度按客戶類型劃分之收入明細。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	收入百分比	人民幣千元	收入百分比	人民幣千元	收入百分比
大客戶 ⁽¹⁾	486,801	91.7	635,985	97.0	775,498	98.3
其他客戶	44,005	8.3	19,453	3.0	13,320	1.7
總計	530,806	100.0	655,438	100.0	788,818	100.0

附註：

- (1) 指特定年度貢獻收入超過人民幣1.0百萬元的客戶產生的收入。根據灼識諮詢的資料，該客戶分類通常符合行業慣例。

大客戶

對於大客戶，我們會按項目具體情況定製硅基勞動力解決方案，配合企業所屬行業垂直領域、營運要求、系統成熟度、現有AI能力及數據安全協議。我們提供涵蓋項目全週期的定向服務，主要包括(i)售前階段的技術諮詢與解決方案設計；(ii)實施階段的現場評估與部署、詳細方案制定與修改，以及系統測試；及(iii)售後階段的故障排除、現場技術支援、數據分析及持續營運維護。透過定向設計，我們的硅基勞動力解決方案可整合至企業現有業務場景，最大化發揮硅基勞動力效用。在我們的大客戶中，存在採購我們解決方案後將其整合至面向終端用戶之綜合解決方案的集成商。該等集成商主要為中國領先電信運營商，其憑藉既有基礎設施與服務能力，需通過數字人智能體在業務營運中提供更精準有效的客戶互動，從而顯著提升整體客戶體驗與滿意度。

由於我們行業的性質，我們為大客戶提供的硅基勞動力解決方案乃以項目為基礎的，本質上並非經常性。於往績記錄期間，我們主要透過招標獲得項目。在招標過程中，我們在識別對我們解決方案有需求的企業後，會將潛在項目與我們的資金、計算資源及人力進行匹配。經內部審批程序後，初始項目的名稱及編號將記錄於我們的辦公自動化系統中。我們對成本及技術可行性進行投標前評估，然後編製投標文件。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們分別提交62份、68份及82份標書，中標率分別約為71.0%、79.4%及76.8%。

業 務

下表載列於所示年度我們的項目數量變動。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
於年初的項目數量.....	206	260	381
年內的新項目數量.....	1,123	635	444
年內終止的項目數量 ⁽¹⁾	(1,069)	(514)	(520)
於年末的項目總數.....	260	381	305

附註：

- (1) 終止該等項目主要乃由項目完成所導致。

下表載列於所示年度我們項目的積壓價值變動。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
		人民幣千元	
於年初的積壓價值.....	85,198	103,638	284,969
年內積壓價值的增加.....	581,094	876,095	1,097,409
年內積壓價值的減少.....	(562,654)	(694,764)	(836,147)
於年末的總積壓價值.....	103,638	284,969	546,231

下表載列於所示年度按解決方案的類型劃分的我們的平均項目價值明細。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
硅基智能語音 ⁽¹⁾	266	198	221
硅基數字人視頻及硅基數字人直播 ⁽²⁾ ...	52	47	25
硅基數字人智能交互 ⁽³⁾	2,788	2,070	3,170
硅基全自動內容生產.....	—	—	871
硅基勞動力解決方案.....	2,042	1,720	2,586

附註：

- (1) 硅基智能語音於2024年的平均項目價值有所下降，主要由於我們提供折扣以吸引客戶。該平均項目價值於2025年有所上升，主要由於關鍵客戶的回購增加。
- (2) 硅基數字人視頻及硅基數字人直播於往績記錄期間的平均項目價值持續下降，主要由於隨著該等解決方案日趨成熟，我們投入更多精力通過折扣方式吸引客戶。
- (3) 硅基數字人智能交互於2024年的平均項目價值有所下降，主要由以下因素導致：我們推出針對不同規模客戶量身定製的分層套餐，吸引了更多選擇價格更實惠產品的小規模客戶。該平均項目價值於2025年有所上升，主要由關鍵客戶的大規模定製硅基數字人智能交互項目的增加所導致。

業 務

其他客戶

在為大客戶提供多元化項目服務之過程中，憑藉多年市場經驗積累，我們將行業洞察轉化為產品化解決方案組合與標準化AI實踐準則。透過觀察發現，部分企業客戶（尤其是中小型企業）常面臨AI解決方案成本與品質難以平衡、勞動成本持續上升及業務複雜度攀升等挑戰，我們為此提供高度標準化配置與靈活平台架構相結合的硅基勞動力解決方案。此方法助力該等客戶在可預測複雜度與成本條件下實現自動化及智能化轉型。

我們的五大客戶

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們於往績記錄期間的各年度來自五大客戶的收入分別佔同年我們總收入的57.7%、78.9%及57.4%。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們最大客戶於往績記錄期間內的各年度產生的收入分別佔我們同年總收入的36.8%、64.4%及41.3%。於往績記錄期間各年，我們與五大客戶的各個項目的合約金額一般介乎人民幣60,000元至人民幣36.2百萬元，而為五大客戶提供的單個項目的期限通常介乎1個月至24個月。下表載列我們於往績記錄期間各期間的五大客戶的若干資料。

截至2025年12月31日止年度

客戶	業務性質	客戶類型及 相關終端用戶	信貸期限及 付款方式	收入 (人民幣千元)	佔總收入的百分 比 (%)	與我們的 關係的年限
客戶A ⁽¹⁾	硅基數字人智能 交互及硅基數 字人視頻	服務於終端用戶(通 常為政府及公共 服務行業)的整合 商	90天；電匯	325,548	41.3	自2022年起
客戶M ⁽¹³⁾	硅基數字人智能 交互及硅基數 字人視頻	服務於多個行業(比 如運輸、能源及 公共服務)的終端 用戶的整合商	30天；電匯	52,832	6.7	自2025年起
客戶B ⁽²⁾	硅基數字人智能 交互及硅基數 字人視頻	服務於終端用戶(通 常為電信及公共 服務行業)的整合 商	15天；電匯或 銀行承兌匯 票	27,323	3.5	自2024年起
客戶D ⁽⁴⁾	硅基數字人智能 交互及硅基數 字人視頻	服務於終端用戶(通 常為醫療行業)的 整合商	5天；電匯	26,713	3.4	自2024年起
客戶H ⁽⁸⁾	硅基數字人智能 交互及硅基數 字人視頻	服務於終端用戶(通 常為醫療、金融 及教育行業)的整 合商	不適用；電匯	20,472	2.6	自2024年起
				452,888	57.4	

業 務

截至2024年12月31日止年度

客戶	業務性質	客戶類型及 相關終端用戶	信貸期限及 付款方式	收入 (人民幣千元)	佔總收入 的百分比 (%)	與我們 的關係年限
客戶A ⁽¹⁾	硅基數字人視頻 及硅基數字人 智能交互	服務於終端用戶(通 常為政府及公共 服務行業)的整合 商	最長90天；電 匯	422,152	64.4	自2022年起
客戶F ⁽⁶⁾	硅基數字人智能 交互及硅基數 字人視頻	服務於多個行業(比 如電信、運輸及 互聯網技術)的終 端用戶的整合商	30天；電匯	28,245	4.3	自2024年起
客戶G ⁽⁷⁾	硅基數字人智能 交互及硅基數 字人視頻	服務於多個行業(比 如電信及互聯網 技術)的終端用戶 的整合商	30天；電匯	24,772	3.8	自2022年起
客戶H ⁽⁸⁾	硅基數字人智能 交互及硅基數 字人視頻	服務於多個行業(比 如多媒體及互聯 網技術)的終端用 戶的整合商	不適用 ⁽¹⁾ ；電匯	23,170	3.5	自2024年起
客戶E ⁽⁵⁾	硅基數字人直播、 硅基數字人智 能交互及硅基 數字人視頻	服務於終端用戶(通 常為醫療保健、 金融及教育行業) 的整合商	60天；電匯	18,652	2.8	自2023年起
				516,991	78.9	

截至2023年12月31日止年度

客戶	業務性質	客戶類型及 相關終端用戶	信貸期限及 付款方式	收入 (人民幣千元)	佔總收入 的百分比 (%)	與我們 的關係年限
客戶A ⁽¹⁾	硅基數字人智能 交互及硅基數 字人視頻	服務於終端用戶(通 常為政府及公共 服務行業)的整合 商	最長90天；電 匯	195,094	36.8	自2022年起
客戶I ⁽⁹⁾	硅基數字人智能 交互及硅基數 字人視頻	服務於終端用戶(通 常為互聯網及零 售行業)的整合商	最長40天；電 匯	56,642	10.7	自2023年起
客戶J ⁽¹⁰⁾	硅基數字人智能 交互及硅基數 字人視頻	服務於終端用戶(通 常為信息技術及 互聯網行業)的整 合商	20天；電匯	21,537	4.1	自2023年起
客戶K ⁽¹¹⁾	硅基數字人智能 交互及硅基數 字人視頻	服務於多個行業(比 如互聯網技術及 在線教育)的終端 用戶的整合商	至多25天；電 匯	17,814	3.4	自2023年起
客戶L ⁽¹²⁾	硅基數字人智能 交互及硅基數 字人視頻	服務於終端用戶(通 常為政府及公共 服務行業)的整合 商	預付款 ⁽¹⁾ ；電匯	15,236	2.9	自2023年起
				306,323	57.7	

業 務

附註：

- (1) 一家於2004年創辦的領先電信運營商，註冊資本為人民幣532億元，總部位於北京。
- (2) 一家於1998年創辦的軟件及信息技術服務供應商，註冊資本為人民幣305.2百萬元，總部位於江蘇省。
- (3) 一家於2013年創辦的高新技術企業，註冊資本為人民幣10.1百萬元，總部位於廣東省。
- (4) 一家於2024年創辦的軟件及信息技術服務供應商，註冊資本為人民幣5.0百萬元，有約500名僱員，總部位於江蘇省。
- (5) 一家於1992年創辦的製造計算機、通信及其他電子設備的技術企業，註冊資本為57億港元，總部位於北京。
- (6) 一家於2010年創辦的技術推廣及應用服務供應商，註冊資本為人民幣12.1百萬元，總部位於上海。
- (7) 一家於2019年創辦的技術推廣及應用服務供應商，註冊資本為人民幣10.0百萬元，總部位於北京。
- (8) 一家於2019年創辦的軟件及信息技術服務供應商，註冊資本為人民幣10.8百萬元，總部位於江蘇省。我們與該客戶的協議並無明確規定信用條款。實際上，該客戶一般於約30天內結算與我們的款項。
- (9) 一家於2023年創辦的軟件及信息技術服務供應商，註冊資本為人民幣1.0百萬元，有近100名僱員，總部位於福建省。
- (10) 一家於2023年創辦的軟件及信息技術服務供應商，註冊資本為人民幣30.0百萬元，有近100名僱員，總部位於廣東省。
- (11) 一家於2015年創辦的技術推廣及應用服務供應商，註冊資本為人民幣10.0百萬元，總部位於上海。
- (12) 一家於2023年創辦的技術推廣及應用服務供應商，註冊資本為人民幣10.0百萬元，服務於金融、能源、文化旅遊及公共服務領域的客戶，總部位於貴州省。
- (13) 一家於2015年創辦的軟件及信息技術服務供應商，註冊資本為人民幣37.9百萬元，總部位於四川省。

我們於往績記錄期間各年度的五大客戶均為獨立第三方。據我們董事所深知，董事、彼等各自的聯繫人或擁有我們已發行股本5%以上的任何股東均未於往績記錄期間的各年度在我們任何五大客戶中擁有任何權益。

與客戶A的關係

背景

客戶A於往績記錄期間各年均為我們的最大客戶。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，來自客戶A的收入分別為人民幣195.1百萬元、人民幣422.2百萬元及人民幣325.5百萬元，分別佔我們總收入的36.8%、64.4%及41.3%。

客戶A為一家於2004年成立的領先電信運營商，註冊資本為人民幣532億元，總部位於北京市。客戶A採購我們的硅基勞動力解決方案，將其整合至客戶A自身解決方案中，隨後將最終解決方案銷售予其客戶。我們通常與客戶A訂立期限為2至3年的長期框架協議。根據該等框架協議，我們通常按個別項目基準與客戶A簽署合約。關於我們與客戶A協議之其他主要條款，請參閱「— 營銷及推廣 — 我們的銷售網絡 — 直銷網絡 — 我們的直銷合約」章節。我們與客戶A的協議在下列任一情況下得予終止：(i)發生不可抗力事件；(ii)任一方發生重大違約導致協議履行已無可能；(iii)因客戶行為導致項目中止或延遲，致使協議實施已無可能；或(iv)經雙方共同書面同意。針對我們向客戶A提供解決方案之案例分析，請參閱「— 硅基勞動力解決方案 — 案例研究 — 電信與金融行業客戶 — 案例研究A」。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與客戶A始終保持穩定合作關係，我們與客戶A的合作未出現重大業務中斷或合作糾紛。然而，我們無法保證客戶A將持續與我們合作或不會削減業務往來。鑒於我們對客戶A存在顯著的收入集中度，若客戶

業 務

A未來決定終止或減少與我們的合作規模，可能對我們的業務經營、財務狀況及業績表現造成重大不利影響。詳情，參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 於往績記錄期間，我們有集中的客戶」。

我們客戶集中於客戶A的原因

我們認為，客戶高度集中於客戶A可歸因於以下因素：

- **業界常態。**根據灼識諮詢的資料，中國數字人智能體服務商一般會選擇與各行業具領先地位之大型企業建立深度合作關係。因此，根據相同來源，中國數字人智能體服務商擁有相對較高的客戶集中度實屬行業常規做法。從商業合理性與戰略佈局而言，服務客戶A此類領先電信運營商有助確保我們的硅基勞動力實現有效商業化與市場滲透。同時，客戶A於電信產業之顯著市佔率與影響力，亦為我們開啟龐大垂直市場契機。因此，我們策略性優先與客戶A等行業領導者深化合作，以獲取穩定收入流，從而將資源高效配置於營運擴張。
- **戰略方針。**透過與行業標竿建立戰略合作，我們得以深度掌握頂級客戶之需求特徵，據此完善服務流程並奠定卓越營運基礎。在此合作中淬鍊之成熟方法論與最佳實踐具高度可複製性，使我們能秉持相同高標準服務未來客戶，實現規模化拓展。雖此戰略使往績記錄期間收入集中於客戶A，然其亦為我們業務擴張與積累行業洞察奠定無可替代之基石。

客戶A自2023年至2024年的收入貢獻增加，主要乃由以下因素導致：(i)我們與客戶A長期且深化的合作夥伴關係，其中我們的技術專長及定製化服務已培養客戶A的深厚信任，推動客戶A在各個項目中利用我們的解決方案，以更好地服務於其自身的客戶。客戶A的客戶群及整體業務規模的擴張，使其向我們作出的採購量相應增加；及(ii)我們在服務於電信運營商的初步探索階段將戰略資源集中於選定的行業領導者。這使我們能夠高效地積累行業特定的項目設計及實施經驗，並利用頂尖電信運營商帶來的旗艦效應。長期而言，隨著我們在更廣泛的客戶群中的市場聲譽得以鞏固，客戶A貢獻的收入比例預計將逐漸下降。

風險緩解措施

董事認為，客戶A大幅削減或終止合作之風險相對較低，乃基於以下考量：

- **行業背景：**全球人工智能市場增長。全球人工智能行業的快速增長以及市場對人工智能解決方案的強勁需求，為客戶A加速數字化及智能化轉型創造了戰略機遇。因此，我們與客戶A的合作關係符合其長期發展戰略，代表當前宏觀趨勢下的選擇。
- **與客戶A的穩定合作關係。**基於我們對客戶A特定需求的深刻理解，我們以全面的產品組合與定製化服務，滿足客戶A對先進數字人智能體技術的需求。我們的數字人智能體作為嵌入或接口形式的核心組件，整合於客戶A的解決方案套件中，向終端用戶提供，不另行收費。數字人智能體作為標準化模塊，專注

業 務

於提升互動體驗與自動化能力，其價值已內化於客戶A向其終端用戶提供的整體解決方案定價中。基於對客戶A在數字人智能體應用場景需求的深入掌握，我們提供涵蓋技術適配、流程優化及持續迭代的全面定製化服務，樹立了電信運營商領域的標杆案例。雖然我們並非客戶A數字人智能體解決方案的獨家供應商，但我們通常與該客戶簽訂為期2至3年的長期框架協議。我們與客戶A長期穩定的合作關係，為持續合作奠定了信任基礎。我們預見與客戶A的合作不會面臨重大障礙，且正憑藉此經證實的模式，強化與客戶群的關係。

- **多元化產品線與客戶群拓展。**我們正積極推進解決方案多元化與客戶結構擴充，以降低客戶集中風險。透過核心技術實力與行業經驗之運用，已成功推出硅基全自動內容生產，並於海內外市場獲取新客群。此類舉措預期將成為未來增長引擎，逐步緩解對客戶A之收入依賴。
- **發展生態系統合作夥伴關係。**我們計劃透過建立及深化與產業鏈上的服務供應商、雲端平台及渠道合作夥伴的合作關係，進一步發展生態系統合作夥伴關係。透過該生態系統合作夥伴關係，我們旨在強化服務能力並直接觸及更多行業垂直領域的客戶，從而使我們能夠於長期內降低對單一客戶的依賴，擴大市場覆蓋範圍，並提升業務韌性。

考慮到(i)客戶A與我們之間的上述穩定的關係；(ii)我們為客戶A提供的可靠且定製化的解決方案，以便在行業特定的情境下服務其自身的客戶；及(iii)我們與客戶A的關係並無可預見的重大障礙，我們的董事認為，我們與客戶A的關係在可預見的未來不太可能發生重大不利變動或終止。

展望未來，隨著解決方案多元化與客戶群擴展，預期其他客戶之收入貢獻將持續提升。由於此多元化進程，來自客戶A的收入貢獻由截至2024年12月31日止年度的64.4%下降至截至2025年12月31日止年度的41.3%，預期於截至2026年12月31日止年度將進一步下降。我們深信，與客戶A合作帶來之持續增長，將與解決方案組合多元化及全球商機探索形成戰略協同，共築發展新動能。

重疊客戶及供應商

根據灼識諮詢的資料，為滿足客戶不斷變化的需求，數字人智能體行業的企業可向雲服務提供者採購雲服務。部分雲端服務供應商可能對數字人智能體有需求，以自動化及擴展其客戶服務營運，提供個人化用戶支援，並透過互動式、全天候可用的虛擬助理提升整體參與度。因此，數字人智能體行業的上下游企業作為供應商及客戶相互進行交易屬常見情況。

業 務

下表載列我們向重疊客戶及供應商（其於往績記錄期間的各年度為我們的五大客戶或五大供應商之一）所產生收入及向其支付或應付採購金額的明細。

單位名稱	交易性質	截至12月31日止年度							
		2023年		2024年		2025年		採購額	背景
		收入	採購額	收入	採購額	收入	採購額		
供應商A	作為客戶 硅基數字人視頻及硅基數字人直播	4,396	60,018	4,477	30,221	534	26,905	一家於2019年成立的雲計算服務提供者，註冊資本人民幣50億元，位於貴州省	
客戶A	作為供應商 雲服務及互聯網連接服務	195,094	15,174	422,152	11,061	325,548	3,083	一家於2004年成立的領先電信運營商，注冊股本人民幣532億元，總部位於北京市	
客戶E	作為客戶 硅基數字人直播、硅基數字人視頻 智能交互及硅基數字人視頻	2,174	—	18,652	—	18,694	1,379	一家於1992年成立生產計算機、通訊及其他電子設備的科技企業，註冊資本57億港元，總部位於北京市	

業 務

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們來自該等重疊客戶及供應商（其在往績記錄期間各年度內均為我們的五大客戶或五大供應商之一）的收入分別為人民幣201.7百萬元、人民幣445.3百萬元及人民幣344.8百萬元，分別佔我們同期總收入的38.0%、67.9%及43.7%。我們向該等重疊客戶及供應商的採購額分別為人民幣75.2百萬元、人民幣41.3百萬元及人民幣31.4百萬元，分別佔我們同期總採購額的18.2%、7.4%及4.2%。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們對客戶A的銷售所產生的毛利分別為人民幣61.3百萬元、人民幣119.9百萬元及人民幣94.0百萬元，毛利率分別為31.4%、28.4%及28.9%。我們對客戶A的銷售所產生的毛利率相對低於我們同年的硅基數字人智能交互的整體毛利率，主要是由於因複雜的定製化要求而導致項目實施成本相對較高。向該等重疊客戶及供應商銷售及採購的條款磋商按個別基準進行，而銷售及採購並非各自互相關連或互為條件。

客戶服務及體驗

我們根據客戶的營運規模、業務複雜度及行業垂直領域，在解決方案的全過程中提供具針對性且以客戶為中心體驗。從初始諮詢到部署後的支援服務，我們始終將服務內容與客戶獨特的營運情境及戰略目標相結合，以追求更高的滿意度、更緊密的合作夥伴關係以及與客戶共創長期成長。我們透過微信、網站及電子郵件持續保持對客戶的即時回應。我們相信迅速回應與持續的日常互動乃建立客戶滿意度與培育長期信任的基礎。當遠端技術支援無法解決複雜問題時，我們會及時提供現場維護服務以確保問題獲得及時解決。除了透過線上管道與現場訪問進行被動故障排除外，我們更主動提供定期系統維護與升級服務，並輔以互補性的現場技術協助進一步強化服務效能。此外，我們亦規劃完善的培訓體系以優化服務交付。我們為內部團隊與客戶提供必要的的能力建構，使其能最優化地運用硅基勞動力並進行解決方案維護。我們針對企業設計培訓課程時，會參考其行業特性、現有技術專業知識與用戶群體。我們為系統整合商開設的培訓課程通常更側重於日常功能操作、系統整合、測試與維護以及故障排除。

客戶反饋

我們在解決方案交付的整個過程中與客戶保持積極互動，以減輕因客戶投訴未解決而導致客戶流失的風險。我們利用對內部營運數據及外部市場信號的定期審查，以深入了解硅基勞動力的績效，從而獲得真實、多維度的見解。此流程使我們能夠識別不斷變化的客戶痛點及市場趨勢，從而推動持續改進及針對性的服務優化。

鑒於我們的業務性質，我們有時會收到客戶投訴，通常包括投訴營銷語言過於誇張、解決方案部署期間等候時間超出預期，以及我們的產品出現錯誤或不穩定。客戶意見會透過銷售及售後服務渠道匯總，並由我們的解決方案交付部門統一處理後續事宜。在跨部門協調的支持下，大部分客戶投訴在與相關客戶溝通期間收到並處理，而其餘投訴則主要透過優化及迭代向客戶提供的數字人智能體解決。對於超出我們解決方案能力範圍的特別複雜要求或案例，我們會在進行全面評估以確認是否有必要對現有產品進行任何改進或修改後，啟動定製化諮詢流程，與客戶達成適當的解決方案。客戶一般接受就所察覺錯誤而作出的道歉、澄清、修訂或退款。同期，我們並無經歷任何重大系統性缺陷或嚴重客戶投訴。我們對客戶投訴進行詳細記錄，並總結解決方案，以減少類似性質投訴的再次發生。

業 務

第三方付款

第三方付款的背景及原因

我們的一般政策為不允許客戶通過第三方向我們支付款項。於往績記錄期間，我們若干客戶（「**相關客戶**」）極其偶發地委聘第三方付款人（「**第三方付款人**」）向我們結算付款（「**第三方付款安排**」），據我們所知，主要因(i)相關客戶為提升營運靈活性，授權其經理、法定代表及／或其他關聯人士使用該等關聯人士賬戶進行付款；及(ii)作為電信營運商的相關客戶，透過同一集團內的實體向我們進行付款。經審慎評估具體情況後，我們接受相關客戶之付款安排，旨在維護雙方協作關係。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，相關客戶數目分別僅為18名、4名及零名。

下文載列所示年度根據第三方付款安排結算的總金額（「**相關結算**」）：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	所收付款		所收付款		所收付款	
	人民幣千元	總額百分比 ⁽¹⁾	人民幣千元	總額百分比 ⁽¹⁾	人民幣千元	總額百分比 ⁽¹⁾
相關結算總額	6,547	1.5%	1,140	0.2%	—	—

附註：

(1) 指我們就提供硅基勞動力解決方案所收取款項總額。

於往績記錄期間，相關結算的總額對我們整體業務而言並不重大。我們於2025年1月停止接受第三方付款安排項下的付款。截至2025年12月31日止年度，我們並無通過第三方付款人向我們作出付款的任何客戶。截至最後實際可行日期，我們並無第三方付款安排下的未結算付款。由於我們已採取強化內部控制措施並與客戶溝通，以在可行情況下避免任何第三方付款安排，我們預計此趨勢在未來不會逆轉。

所有相關結算均在中國進行，而絕大部分相關客戶及第三方付款人均位於中國。根據灼識諮詢的資料，中國數字人智能體行業的客戶通過第三方付款人與數字人智能體供應商結算付款屬常見商業慣例。

對潛在客戶背景進行全面內部審查，可保障我們的利益免受第三方付款相關風險的影響。在與客戶訂立合約前，我們將一般從各種渠道（例如潛在客戶、網站及我們的業務合作夥伴）獲取潛在客戶的背景資料，包括其營運規模、成立年限、業務性質、註冊資本、過往合規表現。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，除接受第三方付款外，(i)我們並無主動發起任何第三方付款安排或以其他形式參與任何有關安排，(ii)亦無向任何相關客戶或第三方付款人提供任何折扣、佣金、回扣或其他利益，以促進或激勵任何第三方付款安排，及(iii)我們向相關客戶提供的定價及付款條款與向未參與第三方付款安排的客戶提供的定價及付款條款一致。於往績記錄期間內的各年度，概無相關客戶名列我們的

業 務

五大客戶，亦無個別客戶對我們的收入作出重大貢獻。所有相關客戶及第三方付款人均為獨立第三方。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未遇到任何與第三方付款安排有關的重大爭議或收到退款要求。根據相關客戶向我們出具的付款確認函，相關第三方付款人的付款應被視為相關客戶根據我們與該相關客戶簽訂的協議所支付的款項，且第三方付款人無權要求我們退還根據第三方付款安排已支付的任何款項。

第三方付款安排的合規性分析

據中國法律顧問告知，經考慮上述第三方付款安排的背景、理由及本公司所採取的管理措施，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，第三方付款安排在所有重大方面並無違反或規避任何現行適用中國法律或法規的強制性要求。我們的董事認為，所有透過第三方付款安排結算的交易已完整及準確地記錄在我們的過往財務資料中。

經提升的內部控制措施

我們於2025年9月採納《銷售管理制度》。根據該內部政策，我們嚴格禁止來自第三方之付款。於確認資金收取時，我們要求銷售及市場推廣員工必須核實實際付款人與合約方是否一致。如發現差異，該筆款項須予以退還，並由正確付款人重新提交。我們為員工提供培訓課程，以使相關人員熟練掌握我們的銷售管理系統、反洗錢法規以及支付最佳實務。我們定期檢查與第三方付款安排相關的內部控制措施的有效性，並及時處理任何異常情況。內部控制顧問已審閱上述經提升的第三方付款安排內部控制措施，並無發現任何重大缺陷。我們的董事認為，經提升的內部控制措施在防止與第三方付款安排相關的任何風險方面屬有效及充分。

我們的供應商

我們的供應商主要包括計算能力、雲服務以及硬件產品的提供商。我們一般不與供應商訂立獨家供應協議。我們的供應商主要位於中國。我們通常進行以項目為基礎的需求驅動採購，令我們的項目採購與特定的客戶委聘保持一致，從而實現精確的資源分配。為在保持供應一致性的同時確保供應品的穩定性，我們通常向選定的供應商採購各類供應品，並提供多種備用替代選擇。因此，我們認為我們不依賴任何單一供應商，並能夠根據需要為我們所有供應品物色替代供應商。

隨著我們全球業務的擴張，我們一直透過設立海外附屬公司，推動採購本地化，以進一步降低外匯匯率波動、跨境關稅及物流費用所帶來的風險。

我們根據嚴格的標準及多項因素遴選供應商，包括但不限於我們的營運需求及標準、供應商的資質及證書、產品多樣性、過往表現及與我們的合作、技術能力、價格、解決問題的效率及聲譽。為減輕算力採購價格波動的影響，我們根據供應商的行業專業知識、交付能力及定價評估供應商，同時亦配合我們訓練算法的多樣性。此方法確保所選供應商能提供符合我們研發要求的服務，同時實現最佳成本效益。根據我們對現有供應商表現的例行審查及評估，我們會與未能達到我們標準或要求的供應商溝通，以討論品質提升及流程優化。對於拒絕或未能及時調整的供應商，我們將終止與其的業務關係。

業 務

我們通常與供應商訂立為期一年的合作協議。此外，我們亦與一家領先的國內雲計算服務供應商(即下文所披露的供應商A)訂立了為期兩年的長期雲服務框架備忘錄，以探索在雲基礎設施、模型及應用方面的合作，並據此訂立單獨的雲服務採購協議。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與供應商之間並無任何重大爭議，亦未遭遇供應商嚴重違約的情況。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們概無遇到因供應品不符合我們的標準而產生的任何重大退貨或換貨情況，亦未因供應品質量問題而蒙受任何重大損失或損害。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遇到任何對業務運營造成重大不利影響的供應品嚴重短缺或供應品延誤交付的情況。此外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的供應品價格並無出現任何重大波動，從而對我們的經營業績或毛利率產生重大不利影響。有關我們與供應商關係的風險，請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—未能偵測或防止我們的僱員、客戶、供應商、業務合作夥伴或其他第三方進行欺詐或非法活動或其他不當行為，可能會對我們的業務造成重大不利影響」。

我們的五大供應商

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們於往績記錄期間內的各年度向五大供應商的採購額分別佔我們同年採購總額的30.4%、19.7%及24.4%。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們於往績記錄期間內的各年度向最大供應商採購的金額分別佔我們同年採購總額的14.5%、5.4%及6.6%。下表載列於往績記錄期間各年度我們五大供應商的若干資料：

截至2025年12月31日止年度

供應商	我們採購的主要服務/產品	信貸期及付款方式	採購金額 (人民幣千元)	佔我們 總採購額的 百分比 (%)	與我們的 關係的年限
供應商J ⁽¹⁰⁾	雲服務及項目實施服務*	不適用**；電匯	49,425	6.6	自2022年起
供應商K ⁽¹¹⁾	算力及雲服務	不適用**；電匯	40,442	5.4	自2025年起
供應商L ⁽¹²⁾	算力及雲服務	不適用**；電匯	34,987	4.7	自2025年起
供應商M ⁽¹³⁾	項目實施服務*	不適用**；電匯	31,310	4.2	自2025年起
供應商B ⁽²⁾	算力及雲服務	不適用**；電匯	27,000	3.6	自2024年起
			183,164	24.4	

截至2024年12月31日止年度

供應商	我們採購的主要服務/產品	信貸期及付款方式	採購金額 (人民幣千元)	佔我們 總採購額的 百分比 (%)	與我們的 關係年限
供應商A ⁽¹⁾	雲計算服務及相關雲服務	不適用**；電匯	30,221	5.4	自2021年起
供應商E ⁽⁵⁾	項目實施服務*	不適用**；電匯	28,952	5.2	自2024年起

業 務

供應商	我們採購的主要服務／產品	信貸期及付款方式	採購金額 (人民幣千元)	佔我們總採購額的百分比 (%)	與我們的關係年限
供應商F ⁽⁶⁾	雲服務及項目實施服務*	不適用**；電匯	18,405	3.3	自2022年起
供應商D ⁽⁴⁾	算力及雲服務	不適用**；電匯	16,924	3.0	自2024年起
供應商G ⁽⁷⁾	算力及雲服務	不適用**；電匯	15,675	2.8	自2022年起
			110,177	19.7	

截至2023年12月31日止年度

供應商	我們採購的主要服務／產品	信貸期及付款方式	採購金額 (人民幣千元)	佔我們總採購額的百分比 (%)	與我們的關係年限
供應商A ⁽¹⁾	雲計算服務及相關雲服務	不適用**；電匯	60,018	14.5	自2021年起
供應商G ⁽⁷⁾	算力及雲服務	不適用**；電匯	22,118	5.3	自2022年起
供應商H ⁽⁸⁾	算力及雲服務	不適用**；電匯	21,221	5.1	自2022年起
供應商I ⁽⁹⁾	算力及雲服務	不適用**；電匯	11,925	2.9	自2022年起
供應商J ⁽¹⁰⁾	項目實施服務*	不適用**；電匯	10,537	2.5	自2022年起
			125,819	30.4	

附註：

- (1) 一家於2019年成立的雲計算服務供應商，註冊資本為人民幣50億元，位於貴州省。
- (2) 一家於2020年成立的信息技術服務國內供應商，註冊資本為人民幣20.0百萬元，總部位於江蘇省。
- (3) 一家於2023年成立的互聯網信息服務供應商，註冊資本為人民幣1.0百萬元，位於貴州省。
- (4) 一家於2013年成立的信息技術服務供應商，註冊資本為人民幣41.5百萬元，位於上海。
- (5) 一家於2017年成立的互聯網技術及相關服務供應商，註冊資本為人民幣10.2百萬元，位於江蘇省。
- (6) 一家於2021年成立的軟件開發公司，註冊資本為人民幣10.0百萬元，位於江蘇省。
- (7) 一家於2021年成立的信息技術服務供應商，註冊資本為人民幣10.0百萬元，位於江蘇省。
- (8) 一家於2000年成立的信息技術服務供應商，註冊資本為人民幣200.0百萬元，位於北京。
- (9) 一家於2010年成立的互聯網及技術服務公司，註冊資本為人民幣22.0百萬元，位於江蘇省。
- (10) 一家於2009年成立的信息技術系統集成服務供應商，註冊資本為人民幣100.0百萬元，位於江蘇省。
- (11) 一家於2017年成立的一般設備製造公司，註冊資本為人民幣59.3百萬元，位於江蘇省。
- (12) 一家於2024年成立的技术推廣及應用服務公司，註冊資本為人民幣50.1百萬元，位於上海市。
- (13) 一家於2006年成立的電腦、通信及其他電子設備製造公司，註冊資本為人民幣53.6百萬元，位於江蘇省。

* 我們自具有技術專長的專業供應商處採購系統集成及技術支持的項目實施服務。該等服務通常有助於部署私人計算平台、系統集成、API連接及開發、聯合測試等。我們對項目實施服務的採購通常不涉及對第三方開發的技術的採購。具體而言，為提升項目實施效率，我們委聘供應商協助執行項目。該等供應商基於我們的專有技術實施項目，並無引入任何第三方技術或算法。在較小範圍內，就我們若干具有複雜定製及行業特定整合需求的項目而言，我們委聘供應商協助進行軟件模塊的定製開發、適配及集群整合。例如，我們為客戶M提供涵蓋計算、存儲、網絡

業 務

及應用的整合解決方案。我們的解決方案整合了行業應用軟件的關鍵模塊，如智慧園區、智能製造平台及企業運營管理平台，該等模塊一貫嵌入計算伺服器。在我們專有數字人技術的支撐下，我們向客戶M提供的解決方案涵蓋數字人智能管理模塊、實時數字人引擎、語音識別模塊、語音合成模塊及數字人模型。為便於我們交付解決方案，我們向第三方供應商採購項目實施服務，該供應商利用其自身技術，根據我們現有的技術架構及接口標準，協助為配合項目需求而就行業應用軟件模塊進行定製開發、系統適配及整合。

** 我們與該供應商的協議並無明確規定信用條款。實際上，我們一般於約30天內結算與該供應商的款項。

於往績記錄期間各年度，我們的五大供應商均為獨立第三方。據董事所知，概無董事、彼等各自的聯繫人或擁有我們已發行股本5%以上的任何股東於往績記錄期間內的各年度在我們的任何五大供應商中擁有任何權益。

存貨管理及物流

我們的存貨管理

我們的存貨主要包括合約履行成本，主要指我們提供硅基勞動力解決方案所產生的成本，該成本將在客戶驗收後確認為銷售成本。截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們的存貨分別約為人民幣15.0百萬元、人民幣42.4百萬元及人民幣79.2百萬元。有關存貨週轉天數的詳情，請參閱「財務資料 — 綜合財務狀況表若干關鍵項目的討論 — 存貨」。於往績記錄期間，我們並無經歷存貨撇銷。

我們的物流安排

由於我們的業務性質使然，我們並無設立倉庫。對於採購我們硅基勞動力解決方案一體機的客戶，相關屏幕及其他配件將由我們的供應商運送至指定地點，以便為客戶提供解決方案。

網絡安全、數據隱私及保護

有關網絡安全、數據隱私及保護的監管發展

近年來，網絡安全、數據隱私、數據安全保護及算法合規已逐漸成為政府當局的監管重點。有關該等法律及法規的進一步詳情，請參閱「監管概覽 — 與保護網絡安全、信息安全、數據及隱私有關的法律法規」。

基於(i)截至最後實際可行日期，我們並無收到相關監管機構的任何官方通知，將我們的網絡設施及資訊系統指定為關鍵資訊基礎設施（「**關鍵資訊基礎設施**」），因此我們不被視為關鍵資訊基礎設施運營者；(ii)於2025年10月17日我們有關數據合規的中國法律顧問進行諮詢期間，CCRC確認於香港上市不屬於《審查辦法》第7條項下的「赴國外上市」一詞的範圍；及(iii)截至最後實際可行日期，我們並無收到任何通知，要求我們根據《審查辦法》進行網絡安全審查或我們的數據處理活動影響或可能影響國家安全，我們有關數據合規的中國法律顧問認為，根據《網絡安全審查辦法》第5條及第7條規定，我們擬議的[編纂]不會觸發我們主動申請網絡安全審查的義務。然而，《審查辦法》授予政府機構酌情權，在認為任何數據處理活動影響或可能影響國家安全的情況下，則有權對其進行網絡安全審查。因此，仍然具有相關政府機構可能據此對本公司進行網絡安全審查的可能性。請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 未能遵守

業 務

與生成式人工智能、算法、網絡安全、信息安全、數據隱私及保護相關的法律法規，可能導致相關政府機關提出申索及處罰，可能會損害我們的品牌及聲譽，並對我們的業務營運及財務表現造成重大不利影響」。

於營運過程中對數據的獲取

在我們的私域部署解決方案中，我們不會存取用於實現我們所提供解決方案功能的客戶敏感數據，且有關數據由我們的企業客戶處理。在我們的雲端產品化解決方案中，我們主要受解決方案部署企業客戶或分銷商委託，代表彼等根據需要處理文本、圖片、音頻及視頻等數據，以實現我們解決方案的功能。因此，我們須遵守與網絡安全、數據隱私及數據安全保護有關的法律法規。

數據隱私及保護的內部政策及措施

我們高度重視數據隱私及保護。我們在業務營運中制定了多項內部政策及措施，旨在涵蓋我們系統中數據的整個生命週期，包括數據的收集、使用、儲存、傳輸、披露及刪除。我們亦採取一系列措施以遵守與算法及AI技術相關的中國法律法規。

- **數據隔離的安全層：**我們設置多重安全層，以使我們的數據庫及操作系統防止未經授權的訪問或第三方設備的未經授權連接。我們的多租戶、物理隔離數據安全架構包括內部數據的隔離存儲，以及強大的數據追蹤機制，以確保客戶數據與我們的專有數據之間絕對隔離，從而大幅降低數據交叉污染的風險。
- **向網信辦備案。**於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均遵守了網信辦適用的監管備案要求，即《生成式人工智能服務管理暫行辦法》下的算法備案及生成式人工智能服務備案程序。截至最後實際可行日期，我們已完成以下備案：硅基智能數字人口型生成算法、硅基智能數字人口型生成算法-2、硅基智能聲音克隆語音生成算法、硅基智能聲音克隆語音生成算法-2、硅基智能語音識別生成合成類算法、硅基智能語音識別生成合成類算法-2、硅基智能炎帝大模型算法、硅基智能炎帝大模型算法-2的算法備案以及炎帝大語言模型的生成式人工智能服務備案。
- **內部規程：**我們建立了完善的數據保護框架，包含但不限於《網絡安全和數據合規管理總則》及《個人信息保護管理制度》。同時制定了健全的算法安全評估與治理內部規範，要求開發人員嚴格遵守所有適用法律法規。我們已應用ISO 27001進行信息安全治理，相關管理體系已通過認證。依據《互聯網信息服務深度合成管理規定》的強制標識要求，我們在所有解決方案中同步實施顯式和隱式標識。
- **員工管理與內部培訓：**我們要求全體員工訂立保密協議，防範因疏忽濫用導

業 務

致數據洩露。我們組織數據隱私、網絡安全知識及員工保密責任培訓。離職員工的系統賬號將及時註銷，阻斷其存取客戶數據的途徑。

- **專責部門與人員：**網絡安全和數據安全管理委員會負責統籌數據隱私保護事務。我們配置員工支援數據隱私防護工作，對各系統、大模型及算法更新版本進行安全測試，及時發現並修復系統缺陷與漏洞。
- **客戶合約明示條款：**我們在客戶合約中設有保密或數據保護條款，並明確要求使用硅基勞動力的客戶須完全遵守中國法律法規及相關平台規則，禁止客戶從事違背公序良俗或侵害第三方權利(含知識產權與個人隱私)的活動。在提供硅基勞動力解決方案時，我們通常在應用其IP時取得客戶的同意。
- **可靠信息技術基礎設施：**為使實踐符合國際信息安全管理標準，我們依託領先企業級雲服務商的公有雲服務構建信息技術基礎架構，藉助其雲服務能力保障系統高速穩定運行。

對數據安全監管環境的持續關注

近年來，隨著網絡安全、數據隱私與保護以及生成式AI及算法相關法律法規的不斷發展，我們一直密切關注該領域全球最新的立法和監管動態。我們在網絡安全、數據隱私與保護及算法合規方面開展常規性合規檢查與整改，以降低合規風險並與監管發展保持同步。作為我們卓越網絡安全及數據管理能力的證明，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未發生任何重大數據洩露或數據丟失事件。據我們的中國數據合規法律顧問告知，我們目前在所有重大方面均遵守中國規管數據保護與隱私的適用法律法規。

截至最後實際可行日期，我們已採取一系列措施以遵守《生成式人工智能服務管理暫行辦法》，包括但不限於：(i)完成炎帝大模型的生成式人工智能服務備案；(ii)實施措施對使用者輸入數據進行內容審查；並及時處理在該數據中發現的任何違法或有害資訊；(iii)制定數據標註規則，對標註人員進行培訓；及(iv)在我們的解決方案中實現可見及不可見的識別字。此外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未收到任何有關生成式人工智能服務管理條例的重大監管查詢、警告或處罰。基於上述情況，經我們有關數據合規的中國法律顧問告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們於所有重大方面都遵守了《生成式人工智能服務管理暫行辦法》及監管生成式人工智能服務的相關法規。

我們的內部控制顧問審查了內部控制的特定領域，包括網絡安全、數據隱私與保護及算法合規。我們已採納內部控制顧問建議之改善措施，經跟進審閱後，內部控制顧問未再提出進一步建議。請參閱「— 風險管理及內部控制」及「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們的風險管理及內部控制系統未必能在所有方面均充分或有效，這可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響」。

業 務

獎項及認可

下表載列近期我們獲得的主要獎項及社會認可。

獲獎年份	實體／個人	獎項／社會認可	頒發機構／機關
2026年	司馬先生	江蘇省人工智能智庫專家	江蘇省發展和改革委員會
2025年	本公司	2025虛擬數字人企業TOP30	德本諮詢及互聯網週刊
2025年	本公司	2025中國生成式人工智能服務TOP100	德本諮詢及互聯網週刊
2025年	本公司	甲子光年2025中國AI產業逐浪者	甲子光年
2025年	本公司	2025 AI Cloud 100 China	清亞資本
2025年	本公司	2025中國企業全球化新勢力100強	創業邦
2025年	司馬先生	江蘇省工商聯人工智能委員會副主任委員	江蘇省工商聯聯合會
2025年	司馬先生	全國工商聯人工智能委員會委員	中華全國工商業聯合會
2024年	本公司	2024人工智能科技企業TOP50	福布斯
2024年	本公司	2024人工智能創新場景應用企業	福布斯
2024年	本公司	2024中國人工智能多模態大模型企業綜合競爭力20強	賽迪工業和信息化研究院
2024年	本公司	36氪2024AI Partner應用標杆案例	36氪
2024年	本公司	36氪年度最具商業價值企業	36氪
2024年	本公司	2024數智金人獎——最受歡迎數字人產品獎	世界人工智能大會
2024年	本公司	虎嗅2024AI數字人技術商TOP10	虎嗅
2024年	本公司	極客公園2024年度創新力量TOP50	極客公園
2023年	本公司	中國AIGC最值得關注的50家公司	量子位
2023年	本公司	數字人領域最具商業潛力榜TOP20	甲子光年
2023年	本公司	未來獨角獸I首屆人工智能榜單創新雙30企業	畢馬威
2023年	本公司	100未來獨角獸	創業邦
2023年	本公司	中國最佳產品設計榜	《財富FORTUNE》
2023年	本公司	2023胡潤全球獵豹企業榜	胡潤研究院
2023年	司馬先生	2023年度江蘇省優秀企業家	中共江蘇省委及江蘇省人民政府
2023年	司馬先生	第六屆南京市優秀中國特色社會主義事業建設者	中共南京市委及南京市人民政府
2022年	本公司	專精特新小巨人企業	工信部

業 務

僱員

截至2025年12月31日，我們共有99名僱員。截至同日，我們的所有僱員均位於中國。下表載列我們於截至同日按職能劃分的僱員明細。

職能	僱員人數	佔僱員總數百分比
研發.....	63	63.6%
銷售及市場推廣.....	10	10.1%
財務、行政及其他.....	11	11.1%
營運.....	15	15.2%
總計.....	99	100.0%

此外，截至最後實際可行日期，我們有六名由獨立第三方人力資源服務提供者根據勞務外包安排指定的人員。我們主要通過校園招聘、招聘網站以及內外部推薦招聘僱員。我們亦透過招聘代理招募核心僱員。我們的招聘計劃乃根據業務發展及僱員福利開支年度預算而制定。為提升新僱員的適應能力及團隊協作能力，我們舉辦入職培訓，以闡明工作職責、企業價值觀、職場文化及職業安全。此外，我們提供持續、系統化的培訓課程，讓我們的僱員掌握最新的行業及監管發展，從而提升彼等的營運及技術專業知識。我們的僱員一般與我們簽訂標準勞動合約、保密協議及不競爭協議。我們為僱員提供相對具競爭力的薪酬待遇，主要包括基本薪金及績效獎金。

根據中國相關法律及法規，我們參與各類僱員福利計劃，包括養老保險、失業保險、醫療保險、生育保險、工傷保險及住房公積金，並按我們於中國經營業務所在地中國相關地方政府部門不時規定的水平向該等計劃及基金供款。於往績記錄期間，我們未能根據適用的中國法律及法規為若干僱員繳足社會保險及住房公積金供款，截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，缺口分別為人民幣11.5百萬元、人民幣8.5百萬元及人民幣5.2百萬元。未能按照法定基數支付社會保險及住房公積金供款導致該事件主要乃由於(i)相關人員並未完全理解相關監管要求。經我們的中國法律顧問告知，根據中國相關法律及法規：(i)就社會保險而言，相關政府機構可責令我們於規定的時限內繳納未繳金額，並按未繳金額每日0.05%收取滯納金，如果且僅如果我們未如此行事，彼等可能會處以未繳金額一至三倍的罰款或處罰；及(ii)就住房公積金而言，相關政府機構可責令我們於規定的時限內繳納未繳金額，如果我們未如此行事，彼等可能會向有管轄權的法院申請執行未繳金額。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因不遵守與社會保險及住房公積金相關的中國法律及法規而受到任何行政處罰。我們在發現有關社會保險及住房公積金的事件後，立即採取補救及／或整改措施。例如，我們的管理層會不時召開會議，監察相關風險，並討論防止此類事件再次發生的措施。我們指定專門的工作人員對薪金調整及供款基數申報進行定期審核。我們亦努力制定內部措施，以便今後根據適用的中國法律及法規繳納社會保險及住房公積金，將社會

業 務

保險及住房公積金合規納入關鍵風險控制指標及績效評估。截至最後實際可行日期，我們仍在努力與相關僱員溝通，爭取彼等的配合，足額繳納社會保險及住房公積金。我們預期於2026年年底之前根據適用的中國法律及法規為所有僱員全額繳納社會保險及住房公積金。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無在為我們營運招募員工方面遭遇任何困難，亦無發生任何罷工或任何與僱員的勞資糾紛而已經或可能對我們的業務產生重大不利影響。

執照、許可證及證書

經我們的中國法律顧問告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已取得在中國業務營運所需的所有主要執照、許可證及批文(主要包括我們附屬公司的營業執照)，且該等執照、許可證及批文仍具有十足效力，且於續新方面並無任何法律障礙。下表載列截至最後實際可行日期我們認為對我們屬重要的證書。

證書	持有人	頒發機構	發行日期	屆滿日期
高新技術企業證書...	本公司	江蘇省科學技術廳、江蘇省財政廳及國家稅務總局江蘇省稅務局	2025年12月19日	2028年12月18日
軟件企業證書.....	本公司	中國軟件行業協會	2025年9月22日	2026年9月21日

我們監控相關執照、許可證、批文及證書的有效期，並於屆滿日期前及時申請續期。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在取得或重續業務營運所需的執照、許可證、批文及證書方面並無遇到任何重大困難。

物業

截至最後實際可行日期，我們並未擁有任何物業，且我們於中國租賃7處物業，總建築面積為4,283.6平方米，主要用作辦公室、研發、僱員宿舍場地，該等物業根據上市規則第5.01(2)條界定為非物業活動。截至同日，於海外市場，我們亦於新加坡租賃1項物業，主要用作員工宿舍。

截至最後實際可行日期，總建築面積為142.15平方米(佔我們總租賃物業總建築面積約3.32%)的物業租賃的其中一份租賃協議尚未向相關中國政府機關登記，主要由於業主未能合作完成租賃登記，或若干員工不熟悉相關規定。誠如我們的中國法律顧問所告知，未能登記已簽立的租賃協議不會影響其合法性、有效性或可強制執行性。然而，倘相關中國政府機關要求我們糾正，而我們未能在規定期限內糾正，我們可能會就該未登記的租賃協議被處以不低於人民幣1,000元但不超過人民幣10,000元的罰款。我們估計，我們可能因未登記的租賃協議而面臨的最高罰款約為人民幣10,000元，我們認為該筆款項並不重大。因此，我們相信，此未能登記不會對我們的財務狀況或經營業績產生任何重大不利影響。我們將主動聯繫出租人，在可能的情況下完成登記手續。有關更多詳情，請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們面臨有關未辦理登記租賃的風險」。

環境、社會及企業管治

我們致力於透過穩健的環境保護措施、積極的企業社會責任實踐以及持續強化的企業管治，推進可持續發展。數字人智能體正推動生產力轉型，將工人從重複性及流程驅動的任務中解放出來，從而將可持續的ESG屬性內在地融入業務營運。具體而言，

業 務

數字客戶服務智能體減少對實體辦公室空間的需求並降低能源消耗。此外，透過利用我們的硅基勞動力解決方案，政府部門、醫療服務提供者及教育機構等公共機構可以在提供基本公共服務方面實現更廣泛的覆蓋及更大的可及性。

整體ESG管治

我們確認遵守所有適用的ESG相關法律及法規是我們處理ESG事宜的原則。我們已制定ESG政策，以闡明我們的環境保護措施、社會責任及企業管治。我們有關環境保護的ESG政策旨在促進可再生資源的使用及提升能源消耗效益。我們在社會責任方面的ESG政策旨在確保我們遵守適用的法律及法規，並促進僱員的職業安全。我們有關企業管治的ESG政策旨在監察及控制我們日常營運中的風險，並提高我們的營運效率。我們的董事全面負責識別、評估及管理ESG風險，確保我們的內部政策妥善實施及更新，以緊貼最新的監管發展及行業趨勢。我們已制定以下ESG相關措施及工作機制：(i)安排關於ESG相關風險、ESG相關法律法規及ESG責任的內部培訓課程，以提高我們管理層及僱員的ESG意識；(ii)召開內部會議，審閱我們的ESG指標，檢查ESG目標的可行性，並根據對最新ESG表現的全面評估，及時調整ESG措施；(iii)定期監控用電量及用水量，並鼓勵僱員節約資源，同時確保營運合規及安全。我們的管理層召開會議，討論我們的ESG追蹤及計量機制，以從資源消耗及節約、廢棄物處置、職業安全、僱員福利及多元化、企業文化等多個方面識別潛在的ESG相關風險及挑戰；及(iv)定期與業界同儕就ESG相關風險及完善ESG監察機制以管理該等風險的經驗進行交流。

未來，我們將安排系統化培訓，以提高僱員對ESG相關政策、社會趨勢、責任及目標的意識，使其掌握可持續發展及環保的知識及技術。

環境保護及資源節約

我們並無經營任何生產設施，而社會趨勢及政策的潛在變化未來對我們營運及財務狀況的影響有限。鑒於我們的業務性質，我們並無產生任何大量溫室氣體排放或廢棄物。我們一般不會產生任何有害廢棄物。我們的日常營運對環境及自然資源的影響很小。此外，我們致力於緩解這方面的任何中長期潛在風險。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的經營業績及財務狀況並無因有關ESG事宜的社會趨勢及政策的任何變動而受到重大不利影響。

溫室氣體排放

溫室氣體通常包括二氧化碳、甲烷、一氧化二氮、氫氟碳化物、全氟碳化物及六氟化硫。溫室氣體排放分為(i)範圍1，直接溫室氣體排放，主要由燃料消耗產生；(ii)範圍2，電力間接溫室氣體排放，主要由能源間接消耗產生；及(iii)範圍3，其他間接溫室氣體排放，根據溫室氣體核算體系，主要由商務旅行、員工通勤、供應商產品運輸及其他活動中的水消耗、廢水排放、廢物處理及紙張消耗產生。我們使用車輛會排放氮氧化物(NO_x)、硫氧化物(SO_x)及顆粒物(PM)等氣體。在我們的日常運作中不產生重大氮氧化物、硫氧化物、顆粒物及範圍1溫室氣體排放。我們承諾在未來三年減少或維持溫室氣體總排放強度水平。我們努力透過以下方式達致高能源消耗效率及控制溫室氣體排放：(i)向採用風能、太陽能等可再生能源供電的數據中心採購雲端綠色算力；(ii)透過持續的模型優化與引擎升級，精進演算法與架構，以提高運算資源利用率；及(iii)推行低碳辦

業 務

公室營運，落實無紙化作業、視訊會議等節能措施。我們採取以下措施實行環保營運：(i) 安排會議及培訓課程，教導員工資源消耗效率的概念(尤其是能源效率)，培養員工的節能意識；(ii) 監察我們的耗電量，因為用電乃間接溫室氣體排放的主要來源之一。鼓勵員工使用節能照明系統及新能源汽車，以減少溫室氣體排放；(iii) 在辦公室張貼ESG相關的宣傳標語，提醒員工在日常營運中節約資源，例如節約用水及用電，以及在離開辦公室前及時關掉電燈及空調；(iv) 鼓勵僱員回收我們業務營運期間使用的材料，例如膠袋及膠瓶、紙箱及紙板；(v) 鼓勵僱員重用紙張及節約用水(在有效及適用情況下)；及(iv) 與重視ESG績效及／或獲得ESG相關認證的提供商維持穩定的合作關係，並就節約資源及碳足跡與提供商進行討論。

我們須遵守中國環境保護法律及法規。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面遵守所有有關環境事宜的中國法律及法規，且我們並無接獲任何人士就任何環保關注或事宜作出的投訴，我們的業務營運亦無發生任何重大環境事件。我們遵守環境保護法律及法規的年度成本對我們整體而言並不重大。經考慮我們的業務性質，我們預期有關合規成本將維持並不重大的水平。

社會及管治

我們主要採取以下措施及政策，以確保遵守適用法律及法規，同時在整個集團建立多元、公平及包容的工作氛圍。(i) 我們珍視多元、包容及相互尊重的工作環境，並嚴禁僱員之間出現任何形式的歧視、騷擾或虐待；(ii) 我們不時為僱員安排培訓課程，以傳授最新的行業知識、技術進步以及企業管理及／或營運技能；(iii) 我們努力實現均衡的僱員結構。截至2023年、2024年及2025年12月31日，女性僱員分別佔我們僱員總數的32.9%、32.4%及32.3%；(iv) 我們的人力資源部不時檢討我們的人力資源政策，並在有需要時作出適時調整，以確保該等政策符合相關法律及法規的重大變動；及(v) 倘我們因營運調整或僱員能力而需要調整僱員的職位及職責，我們會主動通知僱員，並按照內部程序與僱員協商。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均已遵守所有有關健康及職業安全事宜的中國法律及法規。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們於營運過程中並無遇到任何重大意外，亦無遭受任何重大人身或財產損失申索或向僱員支付賠償。

AI的道德使用及企業社會責任

作為中國的數字人智能體提供商，我們在業務運營中追求AI產品及技術的道德使用。特別是，我們秉持「合規可控、科技向善」的原則，推動解決方案的倫理應用。我們積極參與政府主管部門組織的會議與論壇，以掌握最新法規動態。此外，我們要求使用數位人像服務的客戶簽署正式授權文件，並進行身份驗證，以降低濫用風險。

業 務

我們透過向中國選定的頂尖大學提供免費的硅基勞動力，履行企業社會責任。例如，我們於2025年4月向浙江省一所頂尖大學捐贈了100,000個數字人智能體。我們向大學捐贈數字人智能體，讓教授們能夠擁有AI驅動的教學助理，並使學生在進行學術研究的同時，積極參與媒體及電子商務行業，有效地讓彼等同時扮演多重角色。我們亦不時發佈免費的自然及社會科普視頻，以向大眾知識普及。我們透過發佈源源不絕的此類視頻來推進知識公平，該等視頻利用AI技術有效將複雜的主題轉化為大眾可理解的內容，從而促進不同受眾的廣泛理解及參與。於新冠疫情期間，我們積極運用硅基智能語音，保障線上溝通。我們向公共服務部門無償提供硅基智能語音，其具備自動外呼功能，顯著提升了標準化電話溝通之效率，並有效減輕了人工外勤所帶來的身體負擔。

此外，我們的數字人克隆技術為聽障人士拓展了短視頻創業的職業可能性。透過為聽障教育工作者創建學生數字人，我們的解決方案使彼等的學生數字人能夠在短視頻、AI驅動的直播及實時互動教學中代表彼等。這顯著提升了彼等的工作便利性及效率，同時為彼等開闢了新的職業道路及收入來源。

廉潔及反貪污

透過將企業管治及營運表現融入我們的ESG指標，我們將機構誠信視為社會責任及策略優勢。為維持高道德標準，我們已建立穩固的反欺詐框架，涵蓋保密、反賄賂、反貪污及減輕利益衝突。我們進行嚴格的風險評估、內部監控，並為僱員及股東建立保密舉報渠道，以提高我們的營運合規性。根據我們的內部政策及與員工簽訂的合約，若未能遵守此規定，可能會導致僱傭關係或業務關係終止。我們致力為客戶提供誠實、優質及滿意的解決方案，同時維持業務的健康及可持續發展。我們已採納以下旨在確保遵守適用於我們的反貪污及反賄賂法律、法規及規則的內部控制措施：(i)我們已制定《反舞弊及舉報投訴管理辦法制度》；(ii)我們為僱員安排培訓課程，以提高彼等對誠信要求及跨業務場景風險的意識；(iii)我們已設立反貪污熱線及專用電郵渠道，以供舉報；(iv)我們通常會再與主要客戶的協議中載入反賄賂及反貪污條款。我們要求所有提供商簽署反商業賄賂協議，作為標準慣例；及(v)我們對權力集中、資金管理或可接觸集中資源職位的關鍵人員進行嚴格監督，並對其進行重點強調、提醒及監督檢查。我們對關鍵流程進行廉潔審查，例如管理層任命、獎項評估及專業職級晉升。為監察我們在反貪污及反賄賂方面的合規表現，我們會審閱部門開支、評估採購程序的合規性，以及評估採購價格的公平性。

董事會多元化

我們致力實現及維持董事會多元化，以提高董事會的表現，並為董事會帶來具包容性及獨特的視角。尤其是，陳莉萍女士及毛麗豔女士已獲委任為我們的執行董事。陳女士在AI及金融科技領域擁有逾二十年的綜合經驗。毛女士在AI及ICT行業擁有約二十年經驗。鑒於彼等廣泛的行業知識及認可，我們已委任彼等為我們的董事，這亦增強了我們董事會的性別多元化。

業 務

關鍵指標及目標

我們的能源消耗主要來自我們在日常營運期間維持信息科技系統的用電量。因此，電力消耗是我們間接溫室氣體排放的主要來源之一。我們於日常營運中亦使用水及紙張。我們致力於在業務運營過程中實現高能耗效率並盡量減少溫室氣體排放。下表載列我們於所示年度的水電消耗分析。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
用電量(千瓦時).....	1,035	936	940
用電量(千瓦時)／收入 (人民幣百萬元).....	2	1	1
用水量(千噸).....	2.5	1.0	0.3
用水量(千噸)／收入(人民幣百萬元) .	0.0048	0.0015	0.0004

我們高度重視通過監測資源消耗量及污染物排放水平，將對環境的影響降至最低。經考慮我們過往的ESG相關績效以及我們預期未來實施的措施，我們已制定以下有關ESG事宜的關鍵目標：(i)爭取於未來五年內，使我們每項收入的用電量減少5%以上；(ii)爭取於未來五年內，使我們每項收入的用水量減少5%以上；(iii)爭取於未來五年內降低碳排放水平，並長遠實現碳中和；(iv)爭取於未來五年內，我們的辦公室節能照明系統安裝量達到50%以上，因為節能照明系統比傳統照明系統具有更高的能源效率；(v)於我們辦公室推廣使用再造紙；及(vi)爭取於未來五年內，將紙張及包裝材料提供商使用環保材料的比例提高至該等提供商總數的約20%。

保險

截至最後實際可行日期，我們已投購汽車保險。我們一般毋須且一般不會投購業務中斷保險或關鍵人員保險。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無提交任何重大保險索賠，亦無於續保方面遇到任何重大困難。董事認為，我們的保險保障充足且符合行業慣例。然而，保險未必能完全覆蓋與我們的業務及營運有關的風險。有關更多詳情，請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們的保險範圍合乎慣例，任何超出我們保險範圍的申索均可能導致我們產生巨額成本及資源分散」。

季節性

我們的業務及經營業績受季節性因素影響，此現象源自客戶採購行為的季節性波動。客戶通常遵循年度預算規劃及執行週期。客戶通常於財政年度上半年根據業務計劃制定預算、訂立合約、執行交易並啟動項目，並於下半年進行解決方案交付成果的驗收及完成交易。據灼識諮詢資料顯示，據此我們於財政年度下半年錄得的解決方案收入普遍較高，此趨勢符合行業慣例。

我們業務的歷史季節性影響相對輕微，但我們過往曾經歷的季節性趨勢可能不代表我們未來的經營業績。我們預期，我們的業務營運及財務表現將基於季節性因素繼

業 務

續波動。有關更多詳情，請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們的業務受到季節性波動的影響，可能對我們的收入、現金流量及經營業績造成重大影響」。

面臨國際制裁風險的相關活動

美國主要的出口管制制度受《出口管理條例》(「**出口管理條例**」)(美國聯邦法規第15部第730-774部分)規管，該條例由美國商務部工業與安全局(「**工業與安全局**」)管理。工業與安全局規管「受出口管理條例規限」物項(包括商業及／或兩用性質的商品、軟件或技術，統稱「**物項**」)的出口、再出口及轉讓(國內)。受出口管理條例規限的物項包括(i)在美國的所有物項，包括在美國對外貿易區或通過美國從一個外國轉運到另一個國家的所有物項，(ii)所有位於任何地方的美國原產物項，(iii)美國原產成分超過最低限度標準的外國製造物項，(iv)若干外國生產的特定技術及軟件的「直接產品」，或若干外國生產產品的整個工廠或工廠的任何主要設備屬特定技術或軟件的「直接產品」。

中國企業的全球營運可能廣泛受到美國出口管制、制裁及其他監管措施的域外適用的規限。倘美國監管措施直接適用於本公司或間接適用於我們的供應鏈或客戶群中的第三方，我們的業務可能受到影響。此外，美國正透過限制可能推動中國科技、軍事或監控能力的敏感技術轉讓，積極針對中國的人工智能行業。因此，可能涉及敏感的美國技術且關鍵供應商或客戶可能受美國限制的中國人工智能企業，或會面臨美國出口管制及經濟制裁風險。

我們主要透過訂製項目向大客戶開發及供應硅基勞動力解決方案，同時透過雲端服務向其他客戶提供硅基勞動力解決方案。我們的活動屬商業性質，最終用途為民用，不涉及受管制硬件、軟件或技術的出口或再出口。於往績記錄期間，我們的營運幾乎全部在中國進行，而來自海外市場的收益微不足道。

- **公司及投資架構**。我們未曾(亦未被)列入美國的特別指定國民名單、實體名單、未經核實名單、非SDN中國軍工複合體企業名單(「**NS-CMIC名單**」)，或任何非美國相關司法管轄區的同等名單。我們在美國或任何受制裁國家並無任何實體、辦事處、資產或業務。我們所有股東均為中國公民或於中國註冊成立的實體，且概無股東名列美國的特別指定國民名單、實體名單、未經核實名單、NS-CMIC名單或任何非美國相關司法管轄區的同等名單。我們並無僱用或以其他方式聘用任何美國人士，且我們從未收過美國投資、融資或技術轉讓。
- **產品及技術**。所有直接應用於我們產品的功能性軟件及技術均在中國獨立開發。該等產品並非源自美國，不含美國部件，且無出口管制分類編號(「**出口管制分類編號**」)。因此，該等產品並非明顯違反出口管理條例。

業 務

- **購買。**於往績記錄期間，我們利用約1,700家中國供應商提供與我們的解決方案（其中包括雲服務）相關的供應。此外，我們從另一家中國供應商處購買嵌入式／相關軟件的美國硬件設備，作為固定資產或我們解決方案的間接成本。特定採購於下文進一步闡述：
 - **雲服務。**實質上，雲服務佔我們解決方案直接成本的大部分。對於大型客戶，我們的解決方案部署在他們位於中國的私有雲基礎設施上。對於其他客戶，我們向本地供應商採購有限的公有雲容量。我們的雲端服務及聯屬公司（「**供應商A**」）的主要供應商名列工業與安全局實體名單。然而，供應商A確認彼等向我們提供的服務：(i)並非在美國製造或生產；(ii)並非經美國轉運；(iii)並無包含美國原產部件；及(iv)並非若干受管控美國原產軟件或技術的「直接產品」。我們使用向供應商A採購的雲端服務以託管我們的服務及向客戶（主要為中小企業）交付服務。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們向供應商A作出的採購額分別為人民幣60百萬元、人民幣30.2百萬元及人民幣26.9百萬元。
 - **硬件。**美國原產高性能計算硬件及相關固件及驅動程式軟件，如構成我們AI系統運作、訓練或推理的基本功能組件，則可能觸發出口管理條例的最低豁免水平規則或外國直接產品規則下的美國出口管制相關性。我們僅於2022年2月至2023年3月期間向一家獨立中國供應商（「**供應商Y**」）採購若干商業級硬件及嵌入式／相關軟件，其中包括美國GPU（「**GPU型號A、B及C**」）。因此，GPU型號A、B及C乃專門在中國境內採購，並僅用於我們自身的內部算力。特別是，我們將供應商Y提供的商業級硬件及嵌入式／相關軟件用於我們自身的內部算力。我們並非上述圖形處理器的直接出口商。此外，上述圖形處理器並無轉售、再出口或直接併入客戶交付品。根據製造商記錄，GPU型號A顯示為非管制品項。GPU型號B依據製造商記錄，並參照美國商務部出口管制編碼生效日期，於出口時顯示為非限制性品項。GPU型號C根據製造商記錄，顯示於製造商許可期限內完成出口。考慮到上述情況，對我們營運產生重大不利影響的風險較低。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們向供應商Y作出的採購額分別為人民幣7.4百萬元、零及人民幣17,000元。
- **銷售及出口。**我們的銷售幾乎完全在中國境內向中國客戶進行。於往績記錄期間各年，海外客戶（合共僅有10名，包括美國、西班牙、新加坡、馬來西亞、土耳其及日本）產生的收入佔我們總收入不足1%。該等海外銷售的出口僅限於線上軟件交付或測試服務，不涉及有形貨物的付運。在境外檢測服務中，境外數據儲存於中國境外。概無交易對手列於任何美國制裁或其他相關司法管轄區出口管制名單。
- **行業及終端用途。**我們的解決方案乃通用人工智能工具，用於市場營銷、通信及商業數字人應用。其均無軍事、監控或防禦終端用途，亦非為此類目的而設計或定製。我們並無涉及受限制最終用戶或受制裁國家的交易。
- **人員與合規。**我們所有僱員均為中國公民，且我們已啟動內部出口管制及制裁合規機制。從未錄得任何違規、調查或執法行動。

業 務

誠如我們的制裁法律顧問所告知，目前不存在明顯或重大的美國經濟制裁風險，原因如下：(i)我們並非被列入SDN名單的實體；(ii)我們與美國無任何所有權、管理權或投資關聯；(iii)我們未涉及受制裁國家相關交易；及(iv)因國內雲服務供應商內部使用經核准的美國原產組件(經該供應商確認)所衍生的有限間接美國關聯性，不構成違反美國經濟制裁。此外，我們亦無涉及經濟制裁的非美國全球風險，因我們於非美國相關司法轄區並無實體及／或交易或其他適用足跡。

就美國出口管制的主要準則而言，儘管我們的產品及／或服務與上述美國出口管制存在若干關係，但並無顯示直接違反出口管制要素。因此，我們的制裁法律顧問認為，並無明顯或重大的美國出口管制風險。此外，由於我們向歐盟出口的解決方案數量極少，且未違反歐盟出口法規，因此我們不存在其他適用的相關司法轄區出口風險。

我們已建立並將持續實施以下內部控制及風險管理措施，以確保遵守國際制裁。

- 我們已採納《出口管制合規管理制度》，該制度要求我們的僱員如識別到涉及出口管制或經濟制裁風險的交易，應透過指定熱線或公司電郵向我們的出口管制合規委員會匯報。所有僱員均須遵守我們的風險緩釋合規程序，其中包括但不限於：在辦公室自動化系統中輸入業務合作夥伴(包括供應商、客戶及其他合作夥伴)準確完備的名稱及地址，並關注直接或間接參與業務活動的背景方。
- 於日常營運中，我們會篩查潛在對手方及其關聯方，以檢查是否存在任何可能引發與國際制裁相關問題的情況。
- 我們要求員工密切審查我們的採購及產品是否受相關制裁及出口管理條例規限。
- 我們為管理層及僱員安排內部會議及培訓課程，以了解國際制裁的監管發展以及相關實踐及案例，從而提高合規意識。
- 作為我們制裁合規政策的一部分，倘我們任何供應商被發現或合理懷疑供應的物品不符合《出口管理條例》(或不符合其他適用出口管制政策)，我們將停止使用該等供應商，並轉用替代供應商及／或替代物品，以減輕不利影響。根據灼識諮詢的資料，中國公有雲及私有雲市場的特點為充分競爭及高度的價格透明度，有各種未列入美國商務部工業與安全局(BIS)實體清單的替代性雲端服務供應商，可提供技術成熟度及商業條款具有可比性的服務。此外，根據相同的資料來源，中國計算行業具充分競爭性，有各種未列入美國出口管制清單的中國公司。該等公司可供應高性能的計算硬件及軟件，其主要組件不涉及美國原產商品。

該等舉措旨在加強組織的合規意識，確保遵守法律要求，並透過加強對監管要求及新興趨勢的理解來減輕潛在風險。

美國一直採用出口管制、制裁及相關監管措施以限制敏感技術接觸中國的人工智能相關公司。有關措施的範圍及強度隨著時間作出調整，因為地緣政治動態以及全球

業 務

對人工智能倫理及社會經濟風險的爭論持續演變。中國獨立的計算硬件開發正快速推進。商業市場中對有非美國原產的計算硬件的非美國來源的中國供應商的選擇預期將增加，使我們日後能於必要時擁有日益增加的替代方案。此外，誠如制裁法律顧問所告知，我們的董事認為，據我們所深知，我們並無與美國特定利益有關的針對性、敏感性或關鍵性方面的當前或擬議的人工智能商業應用。因此，誠如我們的制裁法律顧問所告知，基於我們當前的業務營運及市場利益，只要我們持續嚴格監控外部制裁動態並相應地作出調整，相關國際貿易政策的發展可能對我們的業務營運造成重大影響的風險極低。

請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 國際政治關係、貿易政策及貿易壁壘的變化或貿易緊張局勢的升級，均可能對我們的業務營運造成不利影響」。

合規及法律訴訟

法律訴訟

我們可能不時面臨在日常業務過程中產生的法律訴訟、糾紛及索償，主要包括合同糾紛及僱傭事宜。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無涉及任何正在進行的重大訴訟、仲裁或行政程序，亦不知悉政府機關或第三方擬進行的任何會對我們的業務造成重大不利影響的索償或訴訟。我們的董事並無牽涉於任何實際或面臨威脅的重大申索或訴訟。

合規

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們於所有重大方面遵守與我們的業務有關的適用法律及法規，且我們並無受到任何重大行政處罰。我們並無遭遇在整體上可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的任何重大或系統性不合規事件。

風險管理及內部控制

為監控及減輕與我們業務營運相關的風險影響、改善企業管治以及確保遵守適用法律及法規，我們已建立內部預算管理程序及特別風險管理措施。我們已採納一系列內部政策、指引及程序，以加強企業管治及降低風險。本集團致力於在全體僱員中建立及維持強大的合規文化。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無從事任何重大對沖活動。我們的董事會負責制定風險管理及內部控制措施、檢討該等措施的實施情況，以及審閱及批准預算及最終賬目。我們已成立審核委員會，其書面職權範圍符合上市規則項下的規定。請參閱「董事及高級管理層 — 董事會委員會 — 審核委員會」。

內部控制審閱

為籌備[編纂]，我們已於2025年9月委聘獨立第三方顧問（「**內部控制顧問**」）審閱我們在內部控制方面的選定範疇（「**內部控制審閱**」）。儘管於內部控制審閱中並未發現重大缺陷，我們已根據內部控制顧問的建議，實施針對性強化措施，以加強我們的內部控

業 務

制系統。內部控制顧問於2025年10月進行跟進審閱，以審閱我們針對內部控制審閱結果所採取的管理行動的情況（「跟進審核」）。內部控制顧問於跟進審閱中並無進一步建議。

加強內部控制措施

根據適用法律及法規，我們已實施多項措施以建立及維護我們的內部控制系統，包括監控營運流程、制定風險管理政策及遵守適用的法律及法規。尤其是：

- 我們的董事已參加由香港法律顧問舉辦的培訓，內容涉及公司條例、證券及期貨條例及上市規則規定的[編纂]公司董事的持續義務、職責及責任，而董事亦完全了解彼等作為香港[編纂]公司董事的職責及責任；
- 我們已制定內部溝通程序，並提供僱員可識別並及時報告潛在不合規風險的流程；及
- 我們已根據上市規則第3A.19條委任一名合規顧問，以確保(其中包括)我們在遵守上市規則及所有其他適用法律、規則、守則及指引方面獲得適當的指導及建議。

此外，我們已實施強化內部控制，以加強營運效率、財務可靠性及監管合規性。展望未來，我們將繼續定期審閱及改進內部政策、措施及程序，以確保持續符合不斷變化的營運要求、監管發展及行業最佳實踐。

COVID-19的傳播及其對我們業務的影響

自2019年末以來，新型冠狀病毒（「COVID-19」）的爆發及該傳染病的持續蔓延已對國內及全球經濟造成影響。由於疫情蔓延，我們的線下辦公室經歷了為期數天至數週的暫時停業，期間我們的僱員以遠程方式工作，並無對我們的業務營運造成任何重大干擾。除暫停線下辦公外，為了給所有僱員提供一個安全的工作環境，我們及時採取了預防措施，包括對手及辦公桌進行消毒，對公共區域進行消毒，建議員工避免不必要地前往受COVID-19疫情影響的地區及人員密集的地方，並保持良好的室內通風。於往績記錄期間，我們為防止COVID-19於本集團內傳播而採取的預防措施花費約人民幣2.6千元。我們亦與供應商保持密切溝通，在疫情期間，我們並未遇到計算能力、雲服務及硬件產品的重大短缺或延遲供應或價格大幅波動的情況。我們通過微信及釘釘等線上渠道，通過積極溝通及及時響應，努力維持有條不紊的企業管理及與客戶的穩定關係。由於我們的業務性質，自疫情爆發以來，我們大部分業務均在日常業務過程中進行。同時，COVID-19疫情增加了對非接觸式業務營運及數字人智能體的需求，這推動了數字人智能體的市場潛力。根據我們對該市場潛力的觀察，我們開發了硅基勞動力解決方案，並在疫情後期間見證了我們的客戶群大幅增長。我們的客戶數量自2022年的573家增至2023年的1,009家。越來越多的企業將數字人智能體定位為重要的勞動力及協作者。為把握這個商機，我們站在中國數字人智能體市場的最前沿，開發了精密的硅基勞動力解決方案，以增強人類智能，實現靈活、高效的混合型勞動力。

我們的董事認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，COVID-19疫情的爆發及蔓延並無對我們的業務營運及財務狀況造成任何重大不利影響。請參閱「風險因素

業 務

— 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們的業務增長及經營業績可能會受到全球及地區宏觀經濟狀況變化、勞工成本增加、自然災害、健康流行病及大流行病以及社會動蕩及其他疫情的影響」。

我們的業務持續發展

行業背景

我們經營所在的中國數字人智能體市場競爭激烈且不斷發展。我們不追求短期的財務回報或非持續性經營現金流入淨額，而是策略性地專注於研發，並向企業推出我們的解決方案，為我們業務的可持續及長期發展奠定堅實的基礎。

中國的數字人智能體市場中的數字人智能體提供商仍處於早期發展階段。根據灼識諮詢的資料，已實現淨利潤或接近盈利的AI公司通常會產生大量前期投資，並且通常需要至少10年才能實現盈利。為達致規模經濟及實現盈利，數字人智能體提供商通常在技術進步、擴展算力以加速計算過程、人才招聘以及營銷及推廣方面產生大量前期投資。該等初始投資往往超過了早期階段來自其產品的利潤，從而導致虧損。隨著品牌知名度及全球銷售網絡的建立，領先的數字人智能體提供商可受益於現有客戶的口碑推薦及不斷增長的規模經濟，因為其龐大的客戶基礎將固定成本分攤至新客戶，從而降低每個客戶的獲取成本並提高整體盈利能力。同時，先進技術及硅基全自動內容生產降低了勞動成本，提高了解決方案交付效率，進一步減少了服務不斷擴大的客戶基礎所產生的增量成本。

根據灼識諮詢的資料，全球數字人智能體市場一直快速增長，按收入計其市場規模已自2021年的人民幣13億元增長至2024年的人民幣41億元，複合年增長率為44.7%，預計將自2024年起至2030年以50.4%的複合年增長率增長，於2030年達到人民幣470億元。中國數字人智能體市場一直快速增長，按收入計其市場規模已自2021年的人民幣5億元增長至2024年的人民幣20億元，複合年增長率為55.8%，預計將自2024年起至2030年以40.3%的複合年增長率增長，於2030年達到人民幣155億元。

自我們於2017年成立以來，我們隨著技術進步、解決方案改進、算力擴展及銷售網絡擴大而成長，根據灼識諮詢的資料，我們已成為按2024年提供數字人智能體解決方案產生的收入計中國最大的數字人智能體提供商。作為中國數字人智能體市場的領先數字人智能體提供商，我們相信我們已準備就緒，可把握行業順風，保持我們的市場領導地位，並進一步在競爭對手中脫穎而出。

過往表現

於往績記錄期間，我們實現了多個財務里程碑，顯示業績顯著好轉。這些成就突顯我們在收入產生、營運效率、盈利能力及現金流入方面的顯著增長，彰顯我們未來表現的積極發展態勢。

- **收入大幅增長。**我們的總收入自2023年的人民幣530.8百萬元增至2024年的人民幣655.4百萬元，並於2025年進一步增至人民幣788.8百萬元，2023年至2025年的複合年增長率為21.9%，根據灼識諮詢的資料，這超過了行業平均水平。
- **提升營運效率。**我們的銷售及市場推廣開支、行政及其他營運開支以及研發開支總額佔總收入的百分比自2023年的54.2%下降至2024年的41.8%，並進一步下

業 務

降至2025年的34.8%，表明我們一直受益於規模經濟，且我們為提升營運效率所作的持續努力於往績記錄期間已逐漸見效。

- **毛利改善及淨虧損大幅收窄。**我們在2025年錄得毛利增長。我們的毛利自2024年的人民幣225.1百萬元增至2025年的人民幣272.1百萬元。於往績記錄期間，我們所有項目錄得毛利。我們的年內虧損自2024年的人民幣111.7百萬元減少76.8%至2025年的人民幣25.9百萬元，主要由於經營虧損大幅減少。我們的經營虧損自2024年的人民幣59.8百萬元減少55.8%至2025年的人民幣26.5百萬元。經加回[編纂]開支、股權結算以股份為基礎付款開支及贖回負債增值影響後，我們經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)於截至2023年及2024年12月31日止年度分別為人民幣29.4百萬元及人民幣35.2百萬元，而於截至2025年12月31日止年度轉變為經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)人民幣13.9百萬元，證明我們商業化能力之提升及可持續增長潛力。
- **優化財務狀況。**於往績記錄期間，我們的財務狀況實現了扭虧為盈。我們的財務狀況自截至2023年12月31日的流動負債淨值人民幣583.1百萬元轉變為截至2024年12月31日的流動資產淨值人民幣295.9百萬元。此正面勢頭持續，截至2025年12月31日，流動資產淨值進一步增加至人民幣477.7百萬元。

下文載列我們過往財務表現的主要根本原因。

淨虧損及經調整淨虧損

龐大的前期成本及投資

大量的銷售成本

於往績記錄期間，我們的銷售成本持續增加，分別佔我們於2023年、2024年及2025年的總收入的54.2%、65.7%及65.5%。

- **主要成本驅動因素。**我們銷售成本的最大組成部分為項目履約成本，分別佔我們於2023年、2024年及2025年總銷售成本的56.3%、77.7%及77.0%。為支持客戶不斷擴大的需求，於往績記錄期間，我們在實施硅基勞動力解決方案方面產生了龐大且逐步上升的成本。此項增加與我們的收入增長直接相關，反映了擴大服務交付規模所需的必要投資。雲端服務成本(即向第三方雲端服務供應商採購雲端運算能力的成本，用於提供硅基勞動力解決方案)亦推動了銷售成本。在達到足夠規模以證明專用、成本優化設置的合理性或進行營運管理之前，我們利用第三方雲端基礎設施來快速部署、測試及擴展我們的AI模型及解決方案，因此於往績記錄期間產生了龐大的雲端服務支出。於往績記錄期間，我們亦產生了持續增加的硬件及軟件成本，用於採購設備及軟件，與硅基勞動力解決方案(尤其是硅基數字人智能交互業務)的擴張一致。
- **銷售成本增加的合理性。**在業務擴張過程中，銷售成本的增加是不可避免的，因為我們高度重視創新及解決方案質量。在2024年完成硅基勞動力解決方案的關鍵技術升級(我們實現了DUIX ONE的架構優化，使某些計算任務能夠分佈式部署到用戶終端設備上執行)的推動下，我們的雲端服務成本於2024年有所下降，並於2025年保持相對穩定。儘管由於在產品迭代措施後我們主動下調價格以及為擴大低線市場業務而對產品化解決方案提供折扣，導致2024年毛利率暫

業 務

時下降，但隨著硅基勞動力解決方案關鍵技術升級的完成，以及規模經濟效益和議價能力的提高，我們預期毛利率將會改善。我們的目標是在保持解決方案可靠性及技術完整性的同時，使成本結構更貼近收入增長。

持續的研發投資

研發開支突顯了我們對提升技術能力及開創性硅基勞動力解決方案的重大且持續的投入。於往績記錄期間，我們的研發開支持續增加，分別佔我們於2023年、2024年及2025年的總收入的24.4%、22.9%及20.7%。

- **主要開支驅動因素。**高昂的雲端服務費推動了整體研發開支的增長。為促進硅基勞動力解決方案及前沿AI算法的研發活動，我們向第三方雲端運算服務供應商採購雲端運算服務。僱員福利開支亦構成高額研發支出的主要組成部分。這主要源於我們對高素質人才的需求，該等人才擁有計算機科學、機器學習、自然語言處理、計算機視覺及數學建模方面的專業知識或過往工作經驗，因此在競爭激烈的人才市場中薪酬相對較高。
- **研發投資的合理性。**持續的研發投資對於我們透過推動技術迭代、應對新興技術挑戰及增強硅基勞動力解決方案的競爭力來維持市場領先地位至關重要。隨著我們與硅基勞動力解決方案相關的研發活動增加(尤其是從AI Copilot到Autopilot功能的進步)，我們於往績記錄期間的研發開支持續增加。我們利用多個大型模型及AI技術來支持硅基全自動內容生成，例如大語言模型、文本到圖像大型模型、圖像到視頻大型模型及數字人唇形同步驅動技術。特別是，為了推動從AI Copilot到Autopilot的演變、拓展新的應用場景及探索全球業務機會，我們加深了與領先雲端服務供應商的合作以獲取運算資源。因此，我們預期在可預見的未來雲端服務費將持續增加。同時，隨著炎帝大語言模型及DUIX ONE的進步，我們預期研發效率及成本效益將進一步提高。

龐大的營銷投資

於往績記錄期間，我們亦持續進行銷售及營銷投資。

- **主要開支驅動因素。**僱員福利開支是銷售及營銷開支的主要組成部分，主要由團隊部署及策略性招聘在AI、自動化及／或營銷方面具有專業知識或經驗的人才所驅動。此外，於往績記錄期間，我們亦錄得大量營銷服務開支以及廣告及推廣開支，因為我們投入精力通過線下及線上方式提升品牌知名度及推廣解決方案，並聘請了第三方服務供應商。
- **銷售及營銷投資的合理性。**我們為銷售專業人員提供具競爭力的薪酬待遇，因為我們認識到他們的經驗帶來了關鍵資產，包括深入的市場洞察力、成熟的客戶網絡及強大的談判技巧，所有這些對於推動銷售表現及加速市場滲透至關重要。此外，我們進行針對性的營銷及客戶服務投資，以提供量身定製的服務、維持長期關係，並與關鍵客戶開發標桿項目。與關鍵客戶維持關係通常需要定期進行客戶拜訪及提供專屬售後支持，從而導致相關開支增加。隨著我們的全球業務探索，我們預期將持續投資於銷售及營銷活動，這與我們的市場擴張及客戶發展策略密切相關。然而，在過往營銷投資所提升的品牌知名度及初始用

業 務

戶獲取的推動下，加上策略轉向精益營運，擺脫以往對高昂推廣開支的依賴，我們預期將進一步提高營銷的成本效益及效率。

行政及其他營運投資

- 主要開支驅動因素。於往績記錄期間，僱員福利開支仍然是行政及其他開支的最大組成部分，包括薪金、獎金及與授予行政人員的購股權相關的以股份為基礎的付款開支，該等開支為我們的日常營運提供了基礎支持。此外，由於我們在日常營運中聘請了外部專業服務供應商提供法律、審計、諮詢及人力資源服務，我們產生了專業服務費以及[編纂]開支。該等開支為戰略性開支，通常屬於非經常性，用於支持我們的長期資本市場佈局。
- 行政開支的合理性。對行政及營運職能的持續投資對於擴大業務規模、確保監管及數據合規性以及維持持續的日常辦公支持至關重要，所有該等因素均支撐著我們的業務穩定性及可持續增長。

新舉措仍在實施

於往績記錄期間，我們主要透過提供Copilot硅基勞動力解決方案(包括硅基智能語音、硅基數字人視頻、硅基數字人直播及硅基數字人智能交互)產生收入。於2025年8月，我們進軍Autopilot領域，並開始透過硅基全自動內容生成產生收入。硅基全自動內容生成具備自組織、自適應及自演進能力，同時實現高利潤率。此外，在推進GJ Autopilot AIGC的同時，我們利用知名IP的既有價值來促進客戶獲取並提升硅基勞動力解決方案的價值主張。在不到五個月的時間裡，硅基全自動內容生成的收入貢獻超過人民幣50百萬元，佔我們2025年總收入的6%以上。觀察到這款新推出解決方案的市場潛力後，我們計劃進一步提升硅基全自動內容生成的增值潛力。隨著這項舉措日趨成熟，我們預期盈利能力將大幅提升，同時營運效率提高，前期成本降低。此戰略方針使我們於未來幾年能夠處於有利位置，實現持續增長及更佳的財務表現。

基於上述情況，我們於往績記錄期間錄得淨虧損。我們預期截至2026年12月31日止年度將錄得淨虧損，主要是由於：(i)我們將繼續推進技術升級及模型訓練，導致研發開支增加；(ii)我們推廣硅基勞動力解決方案(尤其是硅基全自動內容生成)導致銷售及營銷開支增加；(iii)我們對海外市場探索的持續投資；及(iv)與本次[編纂]相關的非經常性[編纂]開支。

通過加回[編纂]開支、以權益結算以股份為基礎的付款開支及贖回負債的增值，我們錄得截至2023年及2024年12月31日止年度的經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)分別為人民幣29.4百萬元及人民幣35.2百萬元，而截至2025年12月31日止年度則轉為經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)人民幣13.9百萬元，此乃歸因於我們經增強的商業化能力及可持續增長潛力。通過加回[編纂]開支、以權益結算以股份為基礎的付款開支及贖回負債的增值，我們預期截至2026年12月31日止年度將繼續錄得經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)。

業 務

經營現金流出淨額

於往績記錄期間，我們錄得經營現金流出淨額，主要是由於我們積極提升技術實力、履約能力及客戶獲取，導致產生大量項目履約成本、雲端服務費及僱員福利開支。隨著我們努力提高營運效率及解決方案表現，並完善營銷策略以受益於現有客戶的口碑推薦，於往績記錄期間，我們的員工成本(包括(i)計入銷售成本的員工成本；及(ii)計入研發開支、銷售及營銷開支以及行政及其他營運開支的僱員福利開支)佔總收入的百分比有所下降。此外，我們致力於實施業務策略，預期將改善營運表現並帶來經營活動現金流入。同時，隨著我們在電信、金融及公共服務行業的企業中品牌知名度不斷提高，我們受益於現有客戶的口碑推薦。此外，我們計劃通過瞄準信用狀況良好及付款期較短的客戶來優化客戶結構，以改善營運資金及降低信貸風險。因此，伴隨著顯著的收入增長，我們的經營現金流出淨額狀況預期將在長期內得到改善。

流動負債淨額及負債淨額

截至2023年12月31日，我們錄得流動負債淨額人民幣583.1百萬元及虧絀淨額人民幣560.9百萬元，主要是由於[編纂]投資產生的贖回負債被分類為流動負債。於2024年11月，我們與[編纂]投資者訂立補充協議，以無條件終止我們的贖回責任，據此，贖回負債被重新分類為權益。倘贖回負債於往績記錄期間開始時已從負債重新分類為權益，我們將於往績記錄期間錄得淨資產。

我們的盈利能力及可持續增長之路

我們致力於實施具體措施，以進一步提高盈利能力並實現可持續增長，同時把握新興市場機遇，並在全球數字人智能體市場不斷變化的格局中，利用我們積累的優勢。

收入增長措施

根據灼識諮詢的資料，按收入計，自2024年至2030年全球數字人智能體市場的市場規模預計將以50.4%的複合年增長率增長，到2030年達到人民幣470億元。作為2024年全球市場上數字人智能體解決方案提供商(按提供數字人智能體解決方案產生的收入計)中第二大企業，我們隨著市場擴張推動收入增長。

豐富解決方案組合及提升價值主張

我們致力於通過技術進步及系統升級不斷改進硅基勞動力解決方案，以滿足不同規模企業的多樣化需求。在敏銳的行業觀察及AI技術的支持下，我們戰略性地向AI Autopilot邁進，以把握行業中的新興機遇。我們的關鍵技術突破體現在三個主要維度：

- **嵌入式智能決策。**我們的硅基勞動力解決方案已從提供基礎視頻製作能力發展為構建一個整合的、AI驅動的內容創作系統。該系統能夠自主進行市場分析、選題、腳本生成及風格決策，從而將人類角色從傳統的戰略規劃、腳本編寫及導演指導中解放出來。
- **端到端自動化生產線。**憑藉我們專有的視頻工作流程引擎，我們將腳本理解、數字人賦能、場景生成、語音合成、視頻編輯及特效整合到硅基勞動力解決方案中。這構建了一個完全自動化的生產平台，能夠直接從文本輸入生成最終視頻，大幅減少了人工干預。

業 務

- **數據驅動的自演進發展。**利用實時表現數據，該系統形成了一個閉環，不斷增強內容相關性及產生高影響力輸出的潛力。通過算法創新及提高計算基礎設施的效率，我們一直在提升解決方案的效率及智能化水平。

通過引入我們的孿生數字人及與知名IP合作，我們顯著提升了解決方案的價值主張及市場接受度，推動了毛利率增長，並為智能內容生成創造了新模式。繼成功推出大司馬IP系列後，我們一直在構建IP矩陣，並與短視頻平台及動漫IP合作，利用AI進行自動化製作，以迅速放大IP價值並加強收入來源。此外，我們將利用AI進行自動化創意生成及廣告效果優化，實現智能營銷決策。從推出至2025年12月31日，共有28名客戶採購了硅基全自動內容生成，總計60份訂單，合約總價值超過人民幣50百萬元。根據灼識諮詢的資料，於過去兩年內，隨著數字人智能體供應商由客製化項目轉向標準化產品或企業級解決方案，其平均項目價值及平均客戶價值已出現分歧。高度複雜、私有化部署及Autopilot解決方案合約，已推升該等頂級供應商的價值。自2024年至2025年，我們的每位客戶平均價值攀升約90%，而我們的平均項目價值增加約55%，反映了我們顯著的變現能力提升。我們預期豐富的解決方案將為客戶創造更多選擇，提升客戶滿意度，同時推動我們的長期增長。

吸引新客戶

隨著行業的增長，我們努力擴大市場覆蓋範圍及銷售網絡。除了進一步滲透國內市場外，我們還尋求探索全球市場及提升海外影響力，將硅基勞動力解決方案介紹給不同國家及地區多元化場景及行業的客戶。憑藉在各行業關鍵客戶的成熟項目部署經驗及客戶關係，我們一直策略性地將解決方案標準化及產品化，以具成本效益的方式滿足中小企業未被滿足的需求。編製來自垂直行業的項目案例研究使我們能夠形成高度可重複使用的行業特定解決方案，並具有可預測的解決方案部署結果，從而高效獲取客戶。

我們計劃將更多資源集中於硅基全自動內容生成的銷售及營銷，持續打造標桿IP（例如大司馬IP系列），並利用AI驅動的自媒體矩陣作為流量入口，以發揮行業影響力並吸引新客戶。於往績記錄期間內，我們見證了客戶數量的持續減少。根據灼識諮詢的資料，在更廣泛的人工智能行業中，客戶需求已日益轉向更客製化及以解決方案為導向的部署。若干數字人智能體供應商已從以量取勝的AI Copilot業務模式轉向精細化的Autopilot解決方案，以追求更具可持續性的商業化。然而，有關轉型可能會對項目數量及客戶數量帶來短期壓力。

留住現有客戶

我們為關鍵客戶提供的硅基勞動力解決方案乃以項目為基礎，性質上乃屬非經常性。對我們解決方案滿意的客戶，當其業務增長帶動對額外數字人智能體、模型升級或多元化服務的需求時，傾向於作出重複購買。因此，客戶滿意度是我們聲譽及市場競爭力的核心。於往績記錄期間，我們每年的美元淨留存率均超過80%，這表明在客戶滿意度及信任的支持下，復購率很高。我們致力於深化國內市場的滲透及擴大市場份額，利用在各行業企業中建立的影響力及信任。我們努力與關鍵客戶培養互利共贏的穩定關係。截至2025年12月31日，多名客戶已與我們訂立長期框架協議。我們為現有客戶提

業 務

供的可靠解決方案進一步提升了品牌形象，同時為特定垂直行業的其他企業提供了市場洞察。我們將繼續為關鍵客戶提供定製化及以客戶為中心的服務，同時加強對其他客戶的服務體驗，並提高客戶忠誠度。通過與產業鏈上的服務供應商、雲平台及大型集成商建立並深化合作，我們預期將進一步發展生態系統合作夥伴關係，並受益於生態系統內現有合作夥伴的良好聲譽及口碑推薦。

管理成本及提高營運效率的措施

提升研發效率

通過持續的模型優化及增強的引擎能力，我們見證了研發效率的提高及開發資源的高利用率。DUIX ONE的架構優化使某些計算任務能夠分佈式部署到用戶終端設備上執行，從而提高了雲資源的利用效率。在我們的研發團隊規模及正在進行的研發項目數量保持相對穩定的同時，我們的研發開支佔收入的百分比由2024年的22.9%下降至2025年的20.7%，顯示出研發活動的成本效益有所提升。

提高營運及行政效率

我們一直在持續提高營運及行政活動的效率。於往績記錄期間，我們通過優化組織架構及精簡不直接促進業務增長的行政或管理人員，同時維持足夠的員工以支持業務增長，追求更高的行政成本效益。因此，於2023年、2024年及2025年，我們的行政及其他營運開支佔總收入的百分比分別為9.0%、6.3%及7.1%。根據灼識諮詢的資料，在技術快速迭代以及商業化及企業部署要求不斷提高的背景下，人工智能行業(尤其是數字人智能體行業)的從業者日益普遍地增加對研發及核心AI能力的投資，同時亦持續追求精簡組織及提升行政效率。我們將繼續完善內部管理、減少浪費、消除冗餘、提高專注度，並基於可視化指標定期審查及分析業務表現。

提高銷售及營銷效率

為提高銷售及營銷效率，我們一直透過精簡的內部銷售團隊來增加解決方案的市場准入。我們利用與雲端服務供應商及集成商的策略合作來提高供應鏈的韌性，並有效地提高解決方案在各個行業領域的曝光率。此外，由於我們珍惜現有客戶關係並最大化旗艦項目的潛在價值，我們力求受益於客戶對我們解決方案的成本效益、質量以及實際服務體驗的口碑推薦及影響力。具成本效益的客戶推薦提高了銷售及營銷效率，同時控制了開支。銷售及營銷開支佔總收入的百分比由2024年的12.6%下降至2025年的7.0%。平均客戶獲取成本由2024年的人民幣184千元下降至2025年的人民幣111千元。

經計及(i)我們在控制成本及提高毛利率方面的經證明的往績記錄，主要歸因於我們提高成本效益及優化組織架構；(ii)我們透過豐富產品、與IP合作同時實現內容生產自動化以及開拓海外市場以擴大客戶基礎及提升客戶價值的具體舉措，所有這些預計將自營運中產生持續現金流量；及(iii)如有需要，我們可能透過債務融資或其他來源尋求額外資金，董事認為，我們將擁有足夠營運資金及足夠現金餘額支持我們的業務增長，直至我們實現淨經營現金流入(不計及[編纂]估計[編纂])。

業 務

我們的董事認為且聯席保薦人同意，本集團可扭轉虧損狀況並保持可持續的業務增長，考慮到(i)「全球數字人智能體市場」及我們企業客戶經營所在行業的前景；(ii)我們在控制成本及提高毛利率方面的經證明的往績記錄及效率提升；及(iii)我們旨在實現可持續增長的未來業務策略以及上述收入增長及營運效率提升措施。

營運現金狀況及營運資金的充足性

於往績記錄期間內，我們錄得營運現金淨流出，主要是由於我們積極提升技術實力、履約能力及客戶獲取，導致大量項目履約成本、雲端服務費及僱員福利開支。我們通過採納《資金管理辦法》來監控現金結餘及短期流動性，該辦法規定了資金規劃、執行分析及工作流程的程序。我們積極管理貿易應收款項及合約資產，並制定《銷售收入管理制度》，該制度明確規定了應收賬款對賬、收款及應收款項減值的流程。我們維持大致符合過往慣例的貿易應付款項結算條款，並實施《採購管理制度》，該制度為採購合約或框架協議項下的驗收及結算建立了框架性要求。我們優先安排支出以支持核心業務營運。由於我們努力提升營運效率及解決方案績效並完善營銷策略以獲益於來自現有客戶的口碑轉介，我們的員工成本(包括(i)計入銷售成本的員工成本；及(ii)計入研發開支、銷售及營銷開支以及行政及其他經營開支的僱員福利開支)佔總收入的百分比，由2023年的17.7%下降至2024年的12.8%，並進一步下降至2025年的8.1%。此外，我們致力於實施業務策略，特別是：(i)在整合來自跨行業領先企業的行業特定洞察以建立堅實的競爭護城河的同時，提升我們的多模態技術能力；(ii)根據我們的全球擴張策略加速全球業務拓展及開發具有全球競爭力的AI解決方案；(iii)構建經加強的知識產權生態系統，為AI驅動的文化產業的下一代增長引擎賦能；及(iv)拓展戰略合作夥伴關係並進行定向投資及收購以完成我們的AI產業佈局，所有該等舉措預期將提升我們的營運表現並驅動營運現金流入。

考慮到(i)截至2025年12月31日我們的現金及現金等價物人民幣217.8百萬元；(ii)我們致力於開發硅基全自動內容生產，其毛利率相對較高；(iii)我們計劃加強應收款項監控、強化對潛在客戶的簽約前信用評估，並培育關鍵客戶以確保可持續的現金流入；(iv)受到我們在硅基勞動力解決方案領域完成關鍵技術升級的推動，預期第三方雲服務費的增加將有所減緩；(v)我們積極努力利用有利的政府政策及補貼；及(vi)截至2026年4月30日我們未動用未承諾的信貸融資人民幣410.0百萬元及我們透過銀行貸款或其他借款獲取額外融資的潛力，我們的董事認為，在不計及[編纂]的估計[編纂]的情況下，我們將擁有支持業務增長的足夠的營運資金及充足的現金餘額，直至我們達到淨營運現金流入狀況。

我們的董事認為且聯席保薦人同意，考慮到(i)截至2025年12月31日我們的現金及現金等價物；(ii)我們預期自2025年12月31日至本文件日期將獲得的營運現金流入；及(iii)[編纂]的估計[編纂]，我們擁有充足的營運資金，可滿足我們目前的需求及自本文件日期起計未來12個月的需求。