

证券代码：300459

证券简称：汤姆猫

浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-002

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 电话交流会
参与单位名称	华夏基金、宝盈基金、鹏华基金、人保资产、汇添富基金、交银基金、野村东方资管、国寿安保、西部利得基金、诺德基金、长信基金、惠升基金、盘京投资、盈科资本、方圆金鼎投资、乐正资本、东方财富证券、北京君成私募、合众易晟基金、博道基金、萤石投资、金鹰基金、人保养老、誉辉资本、前海汇杰达理资本、信达澳亚基金、高盛资管、海南千瓴私募、鲲鹏私募、奇盛基金、玄甲私募、前海昊创资本、拾贝投资、申万宏源证券、国泰君安证券、浙商证券、招商证券、国海证券、广发证券、首创证券、华鑫证券、国联民生证券等	
会议日期	2025年2月26日-2025年3月1日	
会议地点	杭州、深圳、上海、无锡	
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 欧阳梅竹 证券事务代表 张平	
投资者关系活动主要内容介绍	公司介绍了业务经营情况以及发展规划，并就参会机构人员关注的其他问题进行了回复交流，具体见下文。	
附件清单（如有）	无	
日期	2025年3月2日	

投资者关系活动主要内容介绍：

1、汤姆猫机器人产品目前的售价及销售情况如何？

答：汤姆猫 AI 机器人于去年 12 月上线抖音、微信、京东、淘宝等渠道以来，销售情况、用户反馈良好，同时在使用层面，目前第一批种子用户的活跃度、交流频次数据均表现优良。基于此，公司正准备加大力度推进汤姆猫 AI 机器人的线上线下营销推广计划。其中，在销售渠道上，公司除自营的线上线下渠道外，正与数家大型线下连锁渠道、线上达人电商渠道进行商务洽谈；此外，根据汤姆猫家族 IP 在全球范围内的用户分布情况，公司开始启动欧美、东南亚等海外市场的 AI 硬件拓展计划。

2、公司汤姆猫 AI 机器人产品后续的升级计划有哪些？

答：第一代 AI 机器人产品上线后，我们针对初代产品进行持续迭代与优化，包括更加丰富的交互方式、预设隐藏玩法的发布、软件系统的 OTA 迭代升级、底层模型能力升级、收集用户反馈进行改进等，进一步提升用户的使用体验。该产品于 2024 年 12 月上线以来，目前已更新至 1.3.471 版本。

其次，在产品形象上，汤姆猫家族 IP 包含 6 个经典的 IP 角色形象，热情勇敢汤姆猫、阳光善良安吉拉、可爱调皮金杰猫、天才学霸狗狗本、呆萌暖男汉克狗、自信独立贝卡兔，每个角色形象均有不同的性格特征，公司计划打造不同 IP+AI 机器人产品，丰富产品 IP 形象矩阵，以满足不同用户对不同 IP 形象的喜爱需求。

再次，围绕 AIP (AI+IP) 的情感陪伴领域，公司也将与各类机器人相关产业方探讨更丰富的产品形态，例如便于携带的小型机器人、能够运动的四足/双足机器人等，持续丰富产品形态矩阵，满足用户在不同场景下的使用需求。其中，公司与浙江本地机器人公司、高等院校等就 C 端运动机器人方向开展了多次沟通，就机器人在不同陪伴场景、技术实现与成本控制等方面进行了探讨。

同时，公司初步计划推进端侧部署专属模型，率先打造纯端侧 AI 应用终端，存算一体的端侧部署专属模型不仅将支持离线运行也将有效解决用户隐私保护、数据安全、低延时、跨终端体验等方面的问题。



3、在 AI 智能硬件赛道，公司 AI 机器人产品核心竞争优势体现在哪些方面？

答：公司研发的第一代产品——汤姆猫 AI 语音情感陪伴机器人，在陪伴赛道上拥有突出的独特性和前瞻性。首先，在 IP 层面，公司 AI 机器人产品围绕汤姆猫家族 IP 角色形象而打造，汤姆猫家族 IP 在全球范围内积累了庞大的粉丝用户与知名度。会说话的汤姆猫 IP 自 15 年前诞生以来就以“说话”作为与用户交互的主要途径，为产品奠定了“语音聊天”的深刻用户心智。其次，在模型层面，公司为 AI 机器人定制了专属的“汤姆猫情感陪伴垂直模型”，该垂直模型训练了汤姆猫这一 IP 角色的独特声音和人设数据、大量聚焦于情感陪伴方向上的语料数据，通过上述语料数据的训练，实现了具有鲜明“汤姆猫”IP 人设的、满足用户情感陪伴需要的语音交互；此外，该产品采用的是 MoE（混合专家）架构，除自建的情感陪伴专有模型外，该产品也接入了豆包、DeepSeek 等模型的部分能力，以增强和补充产品功能。不仅可以通过 AI 推理实现万物科普、双语互动、安抚聊天，也可以听音乐、讲故事、玩游戏，并具有情绪识别、长期记忆的陪伴属性。第三，在硬件层面，公司机器人产品外观使用了食品级硅胶材质制作而成，内置了多套传动装置与传感器，以语音交互形式为主，并具备声音控制、随时打断、表情互动、触摸式感应、循声定位等多个拟人化交互功能，打造具有沉浸感的聊天交互。此外，公司在 IP 形象、垂直模型、核心算法模块、软件集成、硬件设计等各关键节点均自主可控，有利于 AI 深度功能开发。

4、公司的线上广告业务是如何实现的？

答：在游戏内置广告业务上，得益于公司汤姆猫家族 IP 积累的庞大用户体量，公司与 Google、Meta、Mobvista、ironSource、AppLovin、字节跳动旗下穿山甲、Smaato、华为、OPPO 等全球多家知名广告营销服务商开展合作，通过上述互联网广告服务商，公司从全球范围内获得充足、优质的广告业务订单。

作为移动互联网时代较早开展移动互联网广告业务的企业，公司拥有领先的移动广告运营机制。公司自建了广告控制平台 Mediation，通过该广告聚合平台，公司将从 Google、AppLovin 等平台获取的大量广告主的营销需求，通过瀑布流竞价和实时竞价的混合模式，优先选择价格高的广告向公司移动应用产品用户进行推送展示（展示方式包括插页、横幅、奖励视频、视频广告、应用墙等多种形式）。该广告控制平台一方面使公司最大程度聚合了适合公司产品的广告；另一方面，该广告控制平台智能、实时、高效地帮助了会说话的汤姆猫系列 APP 内广告分发，保证了公司的广告变现效率。后续，公司将利用 AI 相关技术，进一步提升自有广告控制平台 Mediation 的广告变现效率。

5、汤姆猫首款 AI 机器人产品接的是哪个底层模型？

答：在底层模型上，汤姆猫 AI 情感陪伴机器人产品采用 MoE（混合专家模型）架构，搭载了公司与西湖心辰定制的“汤姆猫情感陪伴垂直模型”，同时也调用了豆包、DeepSeek 等模型的部分能力，有效增强了产品的意图识别、响应速度、数学能力等功能。后续公司持续关注 AI 大模型的升级与应用，根据产品的迭代需要积极利用优秀模型的能力，不断提升产品的功能和服务，满足多年龄段用户群体的多样化需求，并推动产品各项成本的降低。