

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：2025-010

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 ☐电话交流会
参与单位名称	开源证券、天风证券、中信建投证券、海通资管、富安达基金、光大保德信基金、上海山海皆可平资产、德邦基金、上海原泽私募、上海筌笠资产、复旦求是新财商研究中心等
会议日期	2025 年 6 月 17 日-2025 年 6 月 19 日
会议地点	杭州、上海
上市公司接待人员姓名	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 6 月 20 日

投资者关系活动主要内容介绍：

1、公司在发展内购形式的游戏上进展情况如何？

答：伴随已上线产品的多个更新活动的开展以及新的内购付费玩法的推出，汤姆猫家族 IP 游戏产品内购收入在 4 月、5 月均实现了同比增长，增长幅度分别达 27%、24%。与此同时，公司正加大内购变现产品的研发力度，重点推进《金杰猫启蒙家园》《汤姆猫小镇》等新品的研发与测试，上述产品正式上线后，将帮助公司进一步增加内购收入。除此之外，在优势品类布局方面，2025 年，公司还储备了虚拟宠物养成产品《汤姆猫总动员 2》。作为本年度大 DAU 产品方向上的核心力作，该作将延续前作《汤姆猫总动员》的成功基因，不仅启用全新 IP 形象版本，更在玩法设计上深度拓展用户与角色的互动维度，通过丰富交互场景提升游戏可玩性，有望进一步扩大公司游戏的用户基数与市场影响力。

2、汤姆猫 AI 机器人销售情况如何？

答：公司正全力推进汤姆猫 AI 机器人产品的营销计划，该产品在线上渠道保持了持续、快速地增长，3 月-5 月的商品交易总额环比增长速度分别为 137%、96%、163%。除线上销售渠道外，公司也在大力拓展线下渠道的展陈与销售，截至目前，汤姆猫 AI 情感陪伴机器人已入驻机器时代三十余家机场店、Z.Pilot 黑科技人工智能产品体验店等线下销售渠道，凭借出色的产品性能与创新体验，收获经销渠道的积极反馈，销售情况表现良好。

3、汤姆猫 AI 机器人与宇树科技机器狗正开展合作吗？

答：正如大家所看到的，仿生机器人已具备了步行、跑步、翻跟斗等多种运动能力，部分甚至已拥有环境感知、视觉识别等前沿性技术。公司在 AI 语音交互、情感陪伴领域具备一定的核心优势与技术储备，测试宇树科技机器狗产品，旨在利用双方产品的核心功能，进一步探索集语音交互能力、运动能力、情感支持能力、环境感知能力于一身的陪伴机器人产品，例如未来应用于养老陪伴、居家陪伴等使用场景下的机器人。公司研发团队对该机器狗产品进行了功能测试、接口适配、系统集成等前期研究与二次开发工作，目前已实现该产品与汤姆猫 AI 机器人的语音控制功能的协同，具体来讲，用户通过与汤姆猫聊天，可以下达机器狗系统集成的控制指令，机器狗根据控制指令执行相对应的动作，例如“起立”“往前走”“趴下”“向后”“向左移”“向右移”等系列基础模式动作以及“拜年”“跳舞”“比心”“伸懒腰”等特殊模式动作。后续，公司研发团队将融合公司在 AI 语音交互、情感计算、控制算法等领域技术优势，结合仿生机器人的多维运动能力，探索出更加丰富的产品形态与产品功能。

4、在 AI 硬件陪伴赛道，公司如何看待市场前景？汤姆猫 AI 机器人产品核心竞争优势体现在哪些方面？

答：腾讯研究院的一项调查显示，“AI 陪伴”相对传统的陪伴方式，拥有 7x24 小时在线、提供个性化陪伴、可以更好保守秘密、显著降低人的孤独感、提供情感支持与心理疏导、帮助家庭减轻老人、儿童等特殊人群的赡养与教育压力等显著优势，预计 2027 年 AI 陪伴市场将达到千亿规模。同时，该调查指出，目前 AI 技术在“记性差”“对话中显得过于被动”“多模态不足”等方面影响了 AI 陪伴的真实感，是当前市场急需突破的方向。

而公司研发的第一代产品——汤姆猫 AI 语音情感陪伴机器人，在 AI 陪伴赛道上拥有长期记忆、主动聊天、递进式交互、语音交互之外的表情互动与情绪感知等多个前瞻性的创新，使得交互的真实感大幅提升。此外，公司在 AI 陪伴赛道领域的竞争优势还包括以下几个层面：

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；同时，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。

第三，在硬件层面，公司机器人产品除表情互动、主动聊天之外，外观使用了亲肤硅胶材质制作而成，内置了多套传动装置与传感器，具备声音控制、随时打断、触摸式感应、循声定位、自然语言交互等多个拟人化交互功能，是目前市面上为数不多具有沉浸感式的、“类真人”式的聊天交互产品。

第四，公司组建了实力强大的软硬件团队，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，未来将有利于 AI 深度的功能开发。

5、能否详细介绍下未来汤姆猫 AI 机器人的升级或研发迭代计划？

答：自去年 12 月底至今，公司对首代汤姆猫 AI 情感陪伴机器人产品在嵌入式软件、底层模型、内容等方面开展了大大小小的更新优化已达 480 余次，迭代速度惊人。公司将围绕“AI+IP+Agent”的业务发展方向，从以下几个维度深入推进产品的研发与升级工作，构建不同应用场景、不同价格区间的产品矩阵：

（1）在产品形象上，汤姆猫家族 IP 包含 6 个经典的 IP 角色形象，公司将尽快推出不同 IP 形象的 AI 情感陪伴机器人，以满足不同用户对不同 IP 形象的喜爱需求；

（2）在应用场景上，公司将以首代 AI 情感陪伴产品为基石，推出便携式的、不同形态、或是搭载摄像头与运动功能的“能看”“会跑”的陪伴产品，从桌面场景扩展至向户外、出行、家庭大空间等多元场景；

（3）探索存算一体的 AI 端侧模型解决方案，前沿性布局数据安全、低延迟的端侧 AI 应用终端；

（4）基于在多模态技术架构、大模型驱动、任务规划逻辑等方面的深层次共性，将大模型、数据、工具多维一体融合进公司的家庭智能硬件终端上，推动 AI 的语音交互功能向 Agent“全能伙伴”演进。

6、公司程序化广告业务商业化进展情况如何？

答：今年一季度，公司海外全资子公司 Outfit7 基于此前积累的丰富经验、技术储备、商业模式及产业链资源等优势，计划通过新公司 Aurion11 Limited (以下简称“Aurion11”) 探索程序化广告服务业务的商业化落地方案。作为公司旗下独立的广告技术控股子公司，Aurion11 将利用机器学习算法、大数据分析、AI 等技术，为移动应用客户提供移动互联网程序化广告业务服务，帮助移动互联网客户提升其广告变现能力。当前，Aurion11 正与游戏行业中的头部潜在客户对接相关服务项目。