

证券代码：300840

证券简称：酷特智能

青岛酷特智能股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-002

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 type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	中信资管 李有为；国新证券 易浩宇；柏乔投资 卢尧之；胤胜资产 陶雨涛；拾贝资产 马路欣；天风基金 孙海洋、徐琳；财通证券 耿荣晨；睿亿投资 孙世钰；星华基金 姚鹏
时间	2026年5月15日
地点	公司
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书刘承铭先生 子公司总经理黄天波先生 证券事务代表周佩佩女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次投资者关系活动以现场方式进行，与参会人员进行了交流，交流主要内容如下：</p> <p>一、PMT Soul 介绍</p> <p>公司依托近二十余年数智化转型实践积淀，聚焦 AGI 技术研发与落地，目标实现科技与产业的深度融合，研发了最新的 AGI 产品(PMT Soul)，聚焦服装垂直领域的 AI 企业应用层，定位是让企业拥有可被 AI 执行的组织灵魂，通过认知-判断-执行-确认-记录的过程，让企业的业务记忆、组织规则、工作流、工具边界与审计链路，成为 AI Agent 可以理解、调用和执行的系统能力。</p> <p>PMT Soul 产品的目标市场是海外市场，公司正在韩国东大门 apM 开展项目验证。目前该项目尚未对公司形成较大业绩影响，请注意投资风</p>

险。

PMT Soul 拟将采用基础服务费 + 词元 (Token) 按量费 + 增量利润分成的收费模式，避免“无限量推理”侵蚀利润。最终收费模式将根据市场情况做相应调整。

二、互动交流

1、问：请问公司全球服装领域的 AI Agent 市场规模大概是多少？

答：2025 年全球服装行业产值约为人民币 12.5 万亿元。从行业角度来看，若 AI 相关资本开支占比为 1%，对应潜在市场规模为 1,250 亿元；占比为 2% 时对应 2,500 亿元；占比为 3% 时对应 3,750 亿元。当然，最终市场规模取决于企业对 AI 生产力的认知能力，以及 AI 应用给客户带来的短期及长期价值。

2、问：请问韩国和美国在 AI 应用成本方面是否有明显差异？

答：韩国和美国成本有明显差异，但不能简单说韩国所有成本都更低。

如果从 PMT Soul 的落地成本看，韩国相对美国有明显优势。企业 Agent 产品真正的成本不只是模型 API，而是客户沟通、流程梳理、系统接入、培训、客户成功和本地运营。韩国平均工资水平低于美国，本地交付和运营成本通常可以按美国的 60% - 75% 估算。同时，韩国 apM、东大门这类高密度商户场景更集中，获客和推广路径比美国分散 SMB 市场更高效。

但如果从底层模型 API 和 Token 成本看，韩国和美国差异不大。调用 OpenAI、Anthropic、Google、Qwen、OpenRouter 等模型时，成本主要由模型厂商定价决定，不会因为客户在韩国还是美国产生本质差异。PMT Soul 的 Token 成本优势主要来自模型路由、缓存、小模型处理高频任务、本地模型处理低敏任务，而不是来自国家差异。

如果从重算力和数据中心成本看，韩国也不一定比美国便宜。美国部分州电力和数据中心资源更有成本优势，而韩国更适合做本地化企业 Agent 落地和区域推理节点，不一定适合作为最低成本的大规模 GPU 训练中心。

3、问：请问 PMT Soul 能给客户带来什么？

答：PMT Soul 将给客户带来的核心价值，定位是让 AI 从“回答问题”进入“执行业务”。PMT Soul 将给客户带来的不是单点 AI 功能，而将是一套企业 AI 提效系统：帮助客户降低成本、提高效率、增加收入，并把企业经验长期沉淀成可被 AI 执行的组织能力。

具体来说，PMTSoul 将给客户带来五类价值：

第一，降本。通过 AI Agent 自动完成商品上新、文案生成、多语言翻译、客户回复、订单跟进、日报生成、资料整理等重复性工作，减少人工运营、内容外包、客服沟通和内部协作成本。

第二，提效。过去需要员工在多个系统之间查询、复制、整理和沟通的事情，可以由 Agent 在企业边界内自动完成。客户响应更快，商品上新更快，内部流程推进更快，管理者获取经营信息也更快。

第三，增收。PMTSoul 不只是节省成本，还能帮助客户提升成交机会。比如更快回复客户、更快发布商品、多语言触达海外客户、自动跟进老客户、提升复购率和转化率，从而带来实际业务增长。

第四，沉淀企业资产。普通 AI 工具用完就结束，但 PMT Soul 会把企业的商品知识、客户经验、销售话术、订单规则、流程方法和历史执行结果沉淀成企业自己的记忆和 Skill。企业越用，AI 越懂企业。

第五，安全可控。企业最担心 AI 乱执行、乱调用数据、不可追责。PMT Soul 通过权限边界、工具契约、人工确认、结果回读和审计链路，让 Agent 的每一次判断和执行都可管理、可追踪、可审计。

4、问：请问和一些工具聚合平台，公司做 PMT Soul 有什么优势？

答：现在大部分工具是在记忆层面，没办法与产业相结合，不能实现自适应，难以覆盖全行业，本质上是“工具货架”或“插件市场”：把搜索、文档、表格、邮件、CRM、图片生成、自动化工具接到一起，用户需要自己判断什么时候用哪个工具、如何组合流程、执行结果是否正确。这类平台解决的是“工具可用性”问题。

和普通工具聚合平台相比，PMT Soul 的核心优势不在于“接入了多少工具”，而在于它是否能把工具真正放进企业业务流程里，让 AI Agent 在企业规则、权限和审计合规边界内完成真实工作。

5、问：请问 PMT Soul 商业化落地的方式、节奏和目标是什么？

答：公司将通过 apM 客户应用和反馈，积累数据资产，搭建好服装垂直领域应用场景，计划运行半年内满足需求，同时通过记忆、自我训练和反馈，不断学习和升级。

公司希望首先在韩国服装垂直领域跑通模式，打造成服装垂直领域 AI 应用层标杆案例后，再向东南亚服装垂直市场复制拓展。同时公司保持 PMT Soul 在其他垂直领域应用的探索。上述目标的实施节奏将根据公司业务布局随时优化调整，更多进展请关注公司后续披露的定期报告。

6、问：请问 apM 合作对酷特业绩的增量是多少？

答：公司与 apM 的合作核心是看重其在服装产业链在 AI 应用层可能带来的价值。apM 集团存在当地服装制造业面临劳动力断层风险、定制化能力不足的短板，需寻找优质产业链。另外，若将部分 apM 商户进行 AI 智能化改造后，帮助其扩大国际市场销售额，预计届时当地产能满足不了需求时，我们的制造优势将会接到该新增产能订单。

另外，公司的业务侧重点，当前公司更看重合作对 AI 产业链的价值，服装订单业务优先级靠后。公司的定位是服装只是 AI 转型的试验田。当然，与 apM 的合作与公司 apM 集团相关主体并购项目相关，未来也可能随着并购项目的进展及变化产生一定的变化。

7、问：请问酷小智、酷小匠、酷小易应用情况如何？

答：酷小智、酷小匠、酷小易自去年 6 月份发布到现在，不断迭代升级，已有项目逐步落地。公司在潍坊开展的智能体集群平台建设项目已完成 5 家跨行业企业的项目，目前已在验收阶段，后续将在当地继续围绕县域数智经济开展深入合作，深耕和服务更多当地企业；美国家具客户越南工厂项目正在依据协议稳步推进，此项目也为公司未来开拓美国市场起到了良好的开头和示范作用。总体来看，上述应用已实现一定业绩，对公司总体业务影响较小，请注意投资风险。

8、问：请问 PMT Soul 是否能被推演和复制？

答：AI “灵魂层” 不容易被简单复制，其核心取决于驾驭模型的能力，而非模型本身。“灵魂层” 需要长时间的自我适应与自我深化，即便底层代码被复制，后续不同的成长环境、数据积累和使用过程也会带来完全不同的体验效果。“灵魂层” 的构建核心逻辑更偏向语言、文学、

	<p>哲学类的上层思想，而非纯技术门槛，其形成有时间沉淀属性，无法通过复制粘贴达到相同效果。</p> <p>9、以酷特所在的纺织服装行业为例，公司的“灵魂层”是否基于企业的工作流形成？如何避免工作流被大模型基座学习？</p> <p>答：“灵魂层”确实需要基于企业的工作流进行自适应学习成长，企业的工作流包含日常运营的固定与动态内容，会不断积累迭代，企业使用相关系统1天和使用1个月的体验效果会有明显差异。工作流不会被大模型基座学习，因为工作流执行不走模型训练流程，仅在推理环节调用入口；即便功能点 Skill 不慎泄露，大模型最多只会知道相关入口存在，无法掌握完整工作流逻辑。未来大模型厂商如果要服务企业客户，必须派人入驻梳理工作流，无法仅通过技术手段直接获取成熟的行业工作流。</p> <p>上述问题及回复主要聚焦技术路线交流，不涉及公司对经营情况的预期或承诺，亦未包含应披露的重大信息。</p>
附件清单	无
日期	2026年5月15日