

	63、 聆泽投资 沙小川 65、 博鸿资产 张其羽 67、 青榕资产 柴鹭鸿 69、 恒识投资 杜亮 71、 德华创投 杜波 73、 海天倚道投资 费瑶 75、 泰德嘉禾 丁健豪 77、 源乘投资 刘江波 79、 钱唐永利资产 李岚 81、 广发证券 杨泽蓁 83、 广发证券 毛玥 84、 东北证券 冯浚瑒 85、 财通证券 王妍丹 86、 兴证北分 金亮 87、 华兴证券 彭荣安 88、 兴业银行 江耀堃 89、 长江证券 冯源 90、 万和证券 田明华 91、 国融证券 赵小小 64、 聚鸣投资 惠博闻 66、 鸿盛资产 李宗良 68、 鸿商资本 胥舜涛 70、 泓屹资产 王国鹏 72、 盘京投资 王莉 74、 喜世润投资 张亚北 76、 同创佳业 王珏 78、 巴沃资产 张国富 80、 广发证券 张丰淇 82、 广发证券 吴星钰 84、 广发证券 叶敏婷 85、 东北证券 杨德胜 86、 财通证券 张苏 87、 中泰证券 倪孝威 88、 天风证券 朱骏楠 89、 海通证券 刘蓬勃 90、 长江证券 王伟 91、 华宝证券 陈波 92、 安信证券 林芸 等
时间	2023年3月14日-2023年3月15日
地点	公司杭州会议室和电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理方毅 副总经理、董事会秘书桑赫
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司概况</p> <p>非常欢迎各位投资人的到来，公司近几年相对低调但是也没闲着，用我们自己的话来说，就是过去三年时间，我们在弯道把轮胎给换好了，现在进入直道冲刺。我是2005年就开始创业了，每日互动也一路发展了十几年。2014年，大数据首次写入政府工作报告，我们也是在那时把业务产生的日志作为数据开始储存下来；2019年，我在网安周活动上提出数据治理的三个原则，要严把采集入口、划清流转边界、掰正应用场景（现在叫守正应用场景）；2020年，我们第一次举办的西溪论数论坛，提出了“数字、数智、数治”；2021年9月世界互联网大会的时候，我们提出大数据行业只有划清车道线和红绿灯，才能跑得快；后来2022年的时候，我们就投入大量的时间推动建设中国温州数安港，这个后面会展开讲。</p> <p>首先我们的战场是什么？就是在充分数字化的领域里面做数智化，解决数治化的问题。</p> <p>在战术上，就是我们业务上如何形成大数据的闭环，我们在每一期的定期报告中，都在用心梳理的D（数据积累）-M（数据治理）-P（数据应用）三层结构，非常精细化地描述了怎么用大数据去做产业化的过程。</p> <p>在战略上，我们分为三步，第一步是用自己的数据，第二步帮助别人治理数据，到第三</p>

步走向数据的加工贸易。

在战场中，我们对数据进行“挖挑捡淘萃”，这个是我们非常重要的特点，在数据的深入萃取方面作了非常深度的理解。

在战术上，我们是用大数据完成数据应用的闭环，我们把自己的业务逻辑梳理为 DMP，底层是数据积累，中层是数据治理，上层是数据应用，数据应用分为商业服务和公共服务。

D层：在数据积累层，我们强调的是数尽其用。主要围绕三个词：数据要动态，数据要驱动业务，数据要有深度。在数据积累端，我们累计 SDK 安装量超过 900 亿，覆盖活跃设备数达 10 亿，日活独立设备数 4 亿。

M层：在中间层，我们强调的是器尽其专，如果把数据比较成原油的话，我们炼油厂炼造的方法论是“采察扩投归”，我们看起来做了很多，但归因到方法论就这一套。我们数据智能操作系统 DiOS 底层是数据，通过治理后输出通用的标签等，通过人文特征的含义和向量化的过程，客户再定制化，客户可以根据自己的特点，在建模完以后，通过各种交互方式来进行运用。我们理解的数据治理应该是分型结构，每个节点都有数据治理的需求，可以使用我们的 DiOS 系统。

P层：在数据应用层，要人来运营，我们强调人尽其才，我们内部更关注的是共创，我们和客户共同打造解决方案。在品牌业务中，我们做的是投放前的前验工作，这个角色更加稀缺。在效果广告业务中，我们可以帮助 APP 进行拉新促活。另一方面呢，媒体平台也需要用我们的能力帮助他进行增能，提升商业化变现的能力。在公共服务中，我们服务超过全国 2000 多个区县。在智慧交通领域，我们发现有些交通问题中最痛苦的不是路堵，而是明明没有车我却要空等红灯，这个空等的时间是可以压缩掉的，公司联合生态伙伴推出“数智绿波”产品，只要拖拖拽拽就能快速调配好绿波带，而且交通效率优化效果非常明显。

在战略中，我们先用好自己的数据，同时我们可以帮助客户治理他们的数据，进一步我们要思考更大的赛场，从大庆油田的自给自足，到斯伦贝谢把炼油技术输出，到壳牌做石油的加工贸易，这时最重要的是建立规矩，比如“数据二十条”等顶层设计出台后，才能够更好的发展。我们也提出了新思路，我们首倡大数据联合计算模式，通过多方中介计算等创新的技术，把多方数据搬到一个具有公信力的第三方联合计算平台，最终计算结果输出，原始数据删除。这个载体就是浙江省大数据联合计算中心，是中国数安港的重要基础设施建设，充分发挥数据要素价值。《浙江省推进产业数据价值化改革试点方案》中专门提出“加快中国（温州）数安港市场化建设运营，并以浙江省大数据联合计算中心为技术基座”。为了彻底破解各方的安全顾虑，促进数据共享融合，大数据联合计算中心推出了无磁盘运算—“数聚(变)反应堆”，就是联合计算区只有内存没有硬盘，原始数据不落盘，不存储，断电后，所有数据自动消除，做到了极致。最后，我们要做数据的加工贸易，基于 DiOS 系统和场景应用能力提供数据加工贸易服务，我们收取加工贸易费。

二、交流互动情况

1、品牌服务 2022 年受到一定影响，公司如何保持品牌业务的粘性？

答：品牌服务客户主要集中在大型重点城市，2022 年受到疫情的影响，客户开工率极低，但去年我们和头部品牌客户共同打造的大数据联合计算创新模式，已经被行业广泛的接纳。《个保法》出台后，行业在执行过程中仍需结合具体业务场景进行充分实践，而数安港就是致力于破解行业不会共享、不敢共享、不愿共享的问题，明确哪些能做、哪些不能做。

其次，以前品牌广告领域很重要的是效果验证的闭环没有实现，但是国外已经实现了效果验证的闭环，所以国外类似企业的费率相对我们高出很多，体量也很大。现在我们联合更多数智营销生态伙伴，打通这一闭环，推动该领域数智化进程。

我们和明略合资设立了浙江明日数据智能有限公司，就设立在温州数安港，共拓数智营销新成长空间。我们还和酷开合资设立了爱易迅（原深圳炫石），打通了电视机和手机的数据，未来在智能家庭的用户体验、广告触达等方面进行探索。我们还投资了数因科技，他们是程序化广告的服务商。我们还投资了嗨普智能，他是给品牌广告主做 CDP 的，是目前国内最大的品牌广告主 CDP 服务商之一。所以我们生态投资也已经布局很深，未来静待花开。

2、看到公司去年招聘了不少人，想问下公司这两年人员增长的规划，布局完之后，公司未来的增长动能会体现哪些方面？

答：公司去年招聘了不少人，主要投入到两方面，一个是继续投入到我们的数据智能操作系统 DiOS，这块是非常重要的，因为我们要把工具用得非常好。用一个形象的比喻来讲，就是我们要把大量的数据资源，像石油和煤一样发成电，然后通过特高压输送到客户那里。但是有些客户还是不会用，所以我不仅要发电，还要做发动机。现在这块我们合作的大部分是头部客户、大的互联网公司，他们有人工智能，我们是要跟他们的标准对齐，但是腰部的很多互联网公司和应用方等可能需要我们帮他去建这样类似的系统。这个也是我们数据智能操作系统 DiOS 做的非常重要的事情。

第二个非常重要的投入就是在数据智能纵深领域的研究上，比如要做一个相关垂直领域的话，像用新的模型技术结合行业去优化处理等方面，我们都需要做得更深。

3、自数这块，公司积累了很多数据，在数据二十条出来之后，可能未来会有更多的数据开放，未来会不会出现市场上越来越多的数据，影响我们数据的独特价值？

答：我们的数据看起来很薄，但其实我们就像沙漠一样，非常广袤。这种就被逼着像以色列一样，发展出了现代农业。我们在数据的深耕和萃取方面，也是做到了极致。

未来随着公共数据的开放，公共数据会跟产业数据融合共创，所以完全不用担心公共数据开放对我们数据价值的影响。而且，数据二十条出来并不是鼓励数据买卖，绝大部分数据是不能在主体之间转移的，有了数据二十条之后也不能直接转移，但是我们提倡数据不转移，数据的价值要流转。所以就像上面讲的不能把煤和石油挖出来就直接运出去，需要有发成电这个过程，这个电到底是什么，比如我们现在花非常多精力在做的向量化等。

4、个推在推送行业的地位如何？未来是否会受到限制？

答：在推送行业中，我们做的是非常深入了，发展过程中也有其他第三方、手机厂商等都在做，很多年下来，我们还是非常领先，所以不止推送服务，国内首份关于 SDK 安全的国家标准，是我们牵头起草的。对于受限制这个问题在过去十几年一直在问，现在所有的靴子都落地了，但是大家还都是持续在做，重要的还是要在保障服务品质的情况下不断推进。

5、公司数据治理层会涉及到治理工、分析师、建模师、决策者等角色，这些是指什么？

答：这个是指各方的责任人，我们提供的工具叫做 DiOS，即 Data intelligence operating system，我们为什么把治理工具叫做操作系统，一般操作系统是解决人和软硬件之间的问题，而数据是多源异构的，人操作数据非常难，我们就可以把数据丢到 DiOS 里面，让他自动处理。

6、我们作为民营企业给行业做了很多贡献，大数据行业中民企和国企如何划分角色？

答：大家对国企非常信任，我觉得是非常好的，而民营企业要发挥创新的优势，比如在之前的抗疫中，我们作为健康码“赋码引擎”的开发团队为项目提供强有力的技术支持。大数据的行业中，我坚定支持一级开发商是国企、央企，这样有更大的动力推进行业发展，就像石油、煤炭等资源一样，民营企业可以作为二级开发商去发挥活力和创意进行产业化，当然也可以通过混改的方式切入，比如在高速公路行业，公司战略投资浙江高信，参与国企混改，由浙江高信来产业化，这些都是非常好的尝试。还有一个就是我们坚定的认为党管大数据一定要落地到细节，大数据不是刀把而是刀刃，一旦用错地方或者是失控就非常危险，所以就必需严格管理，这个是一个底线。我们上市公司其作为公众公司，更多的是在关键岗位上的合规性管理和安全度管理。

7、在商业服务中，我们在数智营销的为什么能够分到的蛋糕越来越多？

答：目前效果广告中，因为更容易计量而更方便计费，而品牌广告也是不断往这个方向走，我们联合数智营销生态伙伴，打通效果验证的闭环，推动行业的透明化，所以慢慢大家会走向更加合理和常态的分工中。我们的大逻辑就是帮助客户增加收入或者降低成本的部分，我们拿这部分小头的钱。

8、公司为金融行业客户提供什么服务？

答：金融客户都有 APP，我们为金融客户提供推送服务，另外还有风控相关的服务，在有些特别垂直的领域，我们不是直接做，而是联手行业合作伙伴，为金融机构提供创新产品。

9、公共服务产品的收费模式是怎么样？续费率、增长空间情况怎么样？后续怎么推广？

答：公共服务这块，现在三条线：两款 SaaS 产品，再加一个基于数据智能操作系统 DiOS 的项目制业务。老 SaaS 产品帮我们做出了很好的口碑，新 SaaS 产品不同功能定位，也受到客户非常好的反馈。两款 SaaS 产品运用产品优势和渠道优势相互促进，尤其老 SaaS 产品已经累计覆盖了全国 2000 多个区县，新 SaaS 产品还有较大空间。从收费模式上看，SaaS 都是预付费制，所以现金流特别好，续费率持续稳健。

除了 SaaS 产品外，还有一块基于我们 DiOS 系统的项目制业务，围绕精密智控方向的。为什么我们要把多年来打磨的 M 层治数能力进一步落地产品化，也是受到我们客户的启发。客户用我们的数据产品用的非常好，但还看中了我们的治数能力，他们自己有大量的数据，这些数据如何能够把价值挖掘出来，赋能到客户自己的业务场景里面解决他的痛点问题，是客户非常关注和想去做的。项目制这块，公司在具体实施过程中，我们要求客户 70% 的需求落地要做到标准化，交付速度要非常快，20% 是轻量化部署，最后 10% 是本地化人工服务，整体不宜过重。

从这三条线拓展规划上来看，老 SaaS 产品渗透率相对较高，重要的是维持复购率，新 SaaS 产品还有很大的新增拓展空间，要结合客户的预算情况进一步推进落地，还有项目制也是我们的重点，去年这块已经落地了好几个项目，客单价都在百万级别。公共服务的具体推广方式以直销为主，靠产品实力、口碑传播。

10、最近政策方面持续利好，包括政策文件和组织架构调整相继落地，公司如何把握市场节奏？

答：从去年开始的“数据二十条”，到今年的《数字中国建设整体布局规划》，再到前些日子组织机构国家数据管理局的建立等等，围绕数字经济发展、数据要素改革的顶层设计正在加快落地，这些都表明了国家大力推动数字经济、充分释放数据要素价值的决心，给了行业发展更多的确定性，当然还需要配套的基础制度、标准、机制等进一步完善。

	<p>刚才也讲到很多，我们在大数据行业深耕了十几年，笃定战略持续发展。自数阶段完成自己数据 DMP 的闭环，释放自身数据的价值，治数阶段通过 DiOS 输出数据治理能力，帮助客户释放他们数据的价值，置数阶段我们要做数据要素流通市场加工贸易的事情，包括首倡大数据联合计算中心模式、推动数安港建设、向量化技术研发等等，都是基于我们对行业长期发展的信心，所作出的积累和布局，这些也是推动公司实现跨越式发展的强劲动能。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2023 年 3 月 16 日