零点有数 20260901

数据智能软件转型加速，军工与宠物保险双轮驱动盈利拐点

摘要

- 业务结构向高毛利软件转型，数据智能软件收入占比从不足 10%提升至 2026H1 的 41%以上。
- 与华为合作深化，2026H1 订单确认 1,800 万+，聚焦汽车 4S 店多模态数据融合驱动销售决策。
- 海乂知军工业务对标 Palantir，2026 年营收预期 7-8 千万，2027-2028 年随“十五五”规划进入爆发期。
- 宠物保险业务预计 2026 年 9-10 月上线，通过智能硬件数据解决风控痛点，实现按业务结果分成。
- AIKC 技术路线通过行业私有数据构建壁垒，海乂知工具将知识图谱构建成本从 1,000 万降至 300 万。
- 盈利拐点明确，预计 2026 年实现盈亏平衡，主要增量来自高毛利软件业务增长及潜在并购落地。
- 智能决策市场空间约 300 亿，公司通过“系统销售+持续服务”模式确保老客户复购贡献达 60%。

Q&A

请介绍一下公司 2026 年上半年的整体经营情况、业务结构演变以及核心业务的运营模式？

2026 年上半年，公司整体业绩实现小幅增长，约 4%左右，主要由数据智能软件业务驱动，该业务板块增长了 11%以上。从经营指标来看，公司毛利率有所增长，经营性现金流流出进一步缩窄，亏损减少了约 28%，显示出公司经营状况在持续改善。 公司的业务结构在战略性调整下发生了显著变化。数据智能软件业务的收入占比已从过去的不足 5%-10%，逐步提升至 2026 年上半年的 41%以上。与此同时，公司有意识地缩减了部分低毛利率的传统报告业务，以巩固基本盘并优化业务结构。 目前，公司主要有三块业务，本质上都是基于数据辅助决策：

1. 数据分析与报告业务：这是公司起家的传统业务，模式为接受客户委托，进行数据收集与分析，并最终提交决策咨询报告。
2. 辅助决策智能软件业务：该业务模式为客户开发并部署软件，融合其内外部数据，并介入客户的管理流程。与单纯的软件开发不同，公司可通过按月或按季度收取服务费实现持续性收入。
3. 数据智能业务：主要通过整合海乂知的技术，基于大模型和动态本体操作系统，提供从情报分析到战术行动的一体化解决方案。

这三块业务中，特殊领域（如军工）和商业应用的软件业务共同构成了公司的商业智能软件业务板块。公司的核心战略是巩固报告业务，同时有意识地提升高毛利软件类业务的占比。

公司在政务、商业及特殊领域的 AI 大模型应用有哪些具体的落地场景和商业模式？

公司在不同领域的 AI 应用落地场景和商业模式各具特色：

1. 政务领域：以 12,345 市民服务热线为典型应用场景。公司利用大模型技术和在社会民生治理领域积累的知识图谱，帮助政府部门精准地处理和转派市民的投诉与咨询。该业务模式首先是销售一套初始系统，价格约在 200 万至 300 万元，之后每月可收取 15 万至 20 万元的持续服务费。在北京、上海等城市，每日处理的电话量可达 4 万至 5 万通，系统能有效处理海量文本数据，实现任务的准确分派。
2. 商业领域：主要聚焦于门店订货场景，核心客户包括安踏、特步、斯凯奇、阿迪达斯等品牌。商业模式同样是“系统销售+持续服务”。系统整合了门店周边竞品距离、商圈类型、商圈内同类商品均价、南北方温带等多种外部数据，为客户提供订货推荐。此外，还提供 AI 订货助手和 AI 审单助手，通过对比相似商圈门店的订货策略和分析新的流行趋势，辅助买手优化订单。服务费按订货季度收取。
3. 特殊领域：主要指海乂知所在的军工领域。业务模式借鉴了国际同类公司，为客户建设基于知识图谱和本体论的情报分析与策略决策系统。在客户执行演训任务时，公司会派驻工程师入场提供技术支持，协助完成任务。这种模式是系统先行，现场深度服务人员跟进，共同为客户解决具体问题。

公司在人工智能时代，特别是在数据变现和新业务拓展方面有何战略规划？以宠物保险业务为例，其业务逻辑、进展和未来功能是怎样的？

在人工智能时代，公司的战略方向是利用积累的技术实现“对结果服务”，人工智能直接为业务结果负责。数据变现主要探索作为风险决策因子的路径。于此战略，公司即将上线宠物保险业务。该业务的核心逻辑在于，当前宠物市场增长迅速但普遍亏损，其根本原因是缺乏有效的数据进行风险控制。



现，智能项圈、智能喂食器、智能猫砂盆等宠物智能硬件出货量正以每年十倍的速度增长，这些硬件能持续追踪宠物健康数据。由于宠物无法像人一样表达不适，这些硬件数据对于健康状况的判断具有极高价值，构成了保险风控所需的新数据源。 目前，该业务已完成多款智能硬件的对接测试，并正在与保险公司进行系统打通。预计最快将于 2026 年 9 月底或 10 月初上线，具体时间取决于与合作保险公司的系统对接进度。公司已基本完成与智能硬件、保险经纪、风控数据源以及用于智能问诊的知识图谱的对接工作。 该产品未来将具备三大核心功能：

1. 健康追踪：依托智能硬件持续跟踪宠物的健康状况。
2. 智能预警与问诊：当硬件监测到异常时，系统会发出预警。用户还可以通过智能问诊大模型，描述宠物症状以获取初步的疾病判断和建议。
3. 保险理赔：结合用户提交的资料、智能硬件数据和问诊数据，为保险理赔提供决策支持。

公司与华为的合作情况如何，包括 2025 年的收入规模、当前的订单状况以及具体的合作模式？另外，公司的 AIKC 技术路线与直接采购通用大模型进行二次开发的方案相比，其核心价值、成本差异及竞争壁垒体现在哪些方面，未来将如何应对大型科技公司的潜在竞争？

公司与华为的合作订单在 2025 年约为两三百万人民币。2026 年上半年，已确认的订单金额为 1,800 多万，目前另有一个金额可能翻倍的订单正在沟通中。合作始于 2024 年的一个 30 万试点项目，之后订单规模逐年增长。合作的主要场景是汽车 4S 店，旨在解决获客转化这一核心问题。该场景数据来源复杂，涉及摄像头、销售人员佩戴的麦克风以及系统录入数据等多模态信息。通过融合分析这些数据，系统可以对 4S 店的约 30 至 40 个管理指标进行监控和优化。例如，在销售沟通过程中，系统能实时分析客户对话内容，如客户关心问界车型的空间问题，便会通过麦克风提醒销售人员重点介绍空间的百变组合特性，从而提高成交概率。这项合作的核心在于融合多模态数据并驱动销售、售后维修等商业决策。 AIKC 技术路线的核心壁垒在于其掌握的行业或领域的专业数据。通用大模型基于全网公开知识，准确性通常在 60%至 80%之间，但在垂直领域会面临专业知识不足的问题。许多大型企业的数据非常敏感，不会用于公开训练，而是选择私有化部署模型。因此，垂直领域的专业知识构成了 AIKC 的核心竞争力。收购海义知（Haiyi AI）正是为了强化在知识图谱构建方面的能力，海义知拥有的高效工具可以将构建成本从常规的 1,000 万降低至约 300 万，形成了显著的效率壁垒。 对于大型科技公司可能带来的降维竞争，我们判断，基于公共知识的应用确实容易被替代，但针对特定领域且数据不出企业的应用则难以被取代，这也是我们瞄准的市场。人工智能产业的深化发展必然会走向与具体行业和场景的结合。通用大模型未来更多是作为技术基础设施存在，若要深入垂直应用，需要巨大的投入。虽然在医疗等领域已有垂类模型出现，但一旦进入企业内部，同样会面临企业内部数据不足的挑战。我们认为，生成式 AI 的未来发展将与行业知识、企业内部知识乃至专家的隐性知识深度挂钩。这些知识的复用是垂类大模型解决具体场景问题的关

键。大型模型厂商直接涉足这些细分场景的意愿和能力有限，这为我们这样的应用型公司提供了广阔的发展空间。

公司所在的智能决策业务的市场空间有多大？此外，智能体业务的具体商业模式是怎样的？

智能决策业务的市场空间巨大，因为它涵盖了企业经营的各个方面。如果聚焦于战略分析场景，其市场规模可类比于咨询业务，目前在中国市场约为 100 亿人民币，全球市场则在千亿级别。若将范围扩大至战术决策，例如企业促销活动、新产品定价等，市场空间则更为广阔，可以参考 BI 软件业务的市场规模，目前在中国市场大约为 200 亿人民币。综合判断，智能决策业务的整体市场空间预计在 300 亿人民币左右。 公司的智能体业务目前分为两个层面。第一层面是为客户构建智能体，这块业务我们判断存在大约两年的窗口期，其核心是利用信息差。我们凭借自身的咨询顾问能力，帮助客户梳理业务流程，构建知识图谱和知识库，并完成底层模型调用、Skills 和 Harness 的调整。然而，随着技术普及，未来客户可能会自行开发或拥有智能体，届时单纯的开发服务将难以获得持续分成。因此，我们更着眼于第二层面，即在特定领域内自主运营一套智能体系统，并按业务结果收费。以宠物保险领域为例，我们正在构建一套覆盖从获客、投保到理赔全流程的智能体系统。这套系统将服务于多家保险公司，通过帮助它们销售保险产品来获取分成。我们认为，为客户开发智能体的市场类似于软件开发，有其时间窗口；但利用智能体帮助客户完成核心业务（如销售保险）并参与成果分成的模式，则拥有更广阔和持久的市场空间。

海乂知在军工领域的业务模式、国内外主要竞争对手以及其产品能力的可比性如何？此外，公司在军工业务（如情报分析和辅助决策系统）方面的收入体量和核心产品或解决方案是什么？

在国内，海乂知在军工领域的主要竞争对手是渊亭这类公司，其他号称从事相关业务的公司多以集成为主，而渊亭则真正涉及情报和战术层面。在海外，主要对标 Palantir 和 Anduril 等公司。海乂知的英文名为 PlanData，其创始团队在 2016 至 2017 年期间即对标 Palantir 来构建产品，因此双方在产品、能力和业务模式上非常相似。例如，海乂知在将系统销售给客户（如电科系单位）后，会派遣工程师进入现场，结合演训任务操作该系统以服务于最终结果，这种业务模式与 Palantir 高度一致。 目前，海乂知每年的营收规模大约在六七千万元，利润约 1,000 万元，采取了优先服务有支付能力客户的“撒奶油”策略。从技术能力上看，海乂知的产品架构包含三个核心组件。与 Palantir 相比，其在最上层的 AIP 组件能力上约达到对方的 30%；在底层的知识图谱和本体（对象间关系）层面，由于公司本身具备知识图谱技术基础，能力已达到 Palantir 的 60%左右；对于中间层，海乂知目前通过 SDK 的方式，在特定细分领域（如武器维修决策支持）实现了功能，从而巧妙地绕开了全面覆盖所有军工场景的挑战。例如，在武器维修领域，系统能通过一句话或一张照片快速响应，判断故障并提供更换具体零部件的建议。考虑到整体投资仅为四五千万元，海乂知已展现出其作为优质标的的

潜力。

丁军博士到上市公司任职后，其个人持股情况如何？未来公司是否考虑对丁军博士及海义知团队实施股权激励计划？

在最近的半年报董事会中，丁军博士已被正式任命为公司副总裁兼首席 AI 应用官。他目前持有公司两万股股票，这是根据公司上市前的融资方案进行的激励。公司对海义知的未来发展有一整套规划，包括资本层面的支持，无论是通过上市公司自身的融资能力、直接投资，还是引入外部基金，都旨在支持其业务增长。公司创始人及管理层历来有与团队分享利益的传统和基因，例如创始人袁岳先生曾将 40%的股份分享给早期团队，IPO 前核心团队又将 30%的股份分享给公司的年轻人。秉持同样的理念，公司计划在下一步的股权激励计划中，将海义知的年轻团队作为重点激励对象，相关安排预计将在 2027 年进行考虑。

公司预计何时能够实现盈利？

从半年报中可以看出一些趋势。公司亏损最严重的时期是 2024 年，主要原因在于募投项目的研发投入达到高峰、研发完成后的市场推广费用以及股权激励支付。公司计划用两年左右的时间消化亏损。若不考虑并购因素，预计今年（2026 年）将达到盈亏平衡点附近，因为公司的高毛利业务在持续增长，同时也在渐进地优化人员结构。公司主要的利润贡献通常来自下半年。此外，公司一直在推进并购计划，一旦有项目落地，今年（2026 年）基本可以实现盈利。当然，任何并购交易都存在不确定性，最终需以签订合同为准。

对于海义知，应如何预期其今年（2026 年）、明年（2027 年）及未来三年的收入增长趋势？

海义知目前的业务进展基本符合我们与其设定的业绩对赌协议。预计今年（2026 年）营收将达到七八千万元，利润在 1,200 万至 1,500 万元之间。军方智囊机构近期出版了一本名为《数据编织》的书，其中涉及的主要工程能力支持由海义知提供。数据编织这个细分市场规模较大，与海义知相关的市场规模约有两亿多，预计将在未来两到三年内逐步释放。因此，海义知收入的爆发期预计在 2027 至 2028 年。根据“十五五”规划中可见的订单情况，可以预测其收入增长路径大致为：今年（2026 年）七八千万，明年（2027 年）增长至 1.3 亿到 1.5 亿，后年则可能达到两三亿元的水平。由于其技术底座已被采纳为标准，未来在部队列装时，无论总集成商是谁，涉及数据编织的部分都将由海义知负责。

海义知去年（2025 年）约 6,800 万元的收入中，军工业务的占比是多少？

去年（2025 年）的收入中，军工业务占比约为 80%。

贵公司将咨询经验集成到 AI 智能体或技能中，为客户提供企业端部署服务的具体模式是怎样的？

目前，公司利用在多个行业积累的 know-how，为客户构建智能体，从而提高开发和部署效率，最终目标是利用智能体帮助客户达成业务成果。这种模式的核心在于，通过类似咨询顾问的方式，帮助客户梳理能够被 AI 执行的业务流程，使技术落地更为顺畅。这并非简单地将咨询经验转化为技能，而是掌握并运用不同行业特定场景下的业务经验，这也是公司当前努力的方向。

公司在 AI 智能体业务方面的收入情况如何？具体的收费模式是项目制还是按 token 计费？

该业务目前已经产生收入。例如，近期一个项目总额约一千多万元，首期到账款项为 480 多万元。当前，所有智能体业务均采用项目制收费。不过，在某些细分办公场景中，已开始探索与 token 消耗相关的模式。例如，在为政府“12,345”热线服务生成周报、月报等汇报材料（从 Word 到 PPT）的过程中，会消耗 token。在此模式下，公司作为 token 的“批发商”，向大模型供应商（如 GLM、千问、Gemini）充值付费，利用自身的垂类模型为客户提供最终结果，并赚取中间的差价。初步估算，这部分差价约为 30%，尽管目前尚未精确核算，但这种模式本质上是利用垂类模型的优势，为客户代付 token 成本并提供增值服务。

请问公司当前的客户结构是怎样的？主要集中在哪些行业？公司是采用大客户战略还是在各行业均有侧重？

公司的客户主要是头部的企业、政府部门及央国企。从业务结构上看，政府业务占比约为 40%-45%，商业业务占比约为 50%-55%。若将军工业务单独划分，其占比约为 12.5%至 15%。 在政府客户中，超过 80%集中于发改委、工商、税务以及数据局、政数局等部门。 在商业客户中，核心聚焦于几个行业：

1. 时尚领域：包括鞋履、服装、配饰，主要客户有阿迪达斯、安踏、特步、斯凯奇等。
2. 汽车行业：客户包括华为赛力斯、广汽、一汽等。
3. 金融保险：以保险公司为主，加上部分银行。

此外，通过整合海义知，公司在能源领域的客户基础得到加强，其民用业务（占其总业务的 20%）主要客户为电力公司和核电公司。

对于不同行业的客户，项目的部署实施方式有何不同？一个典型项目的收费规模以及客户的复购率情况如何？

项目的部署方式分为两类。对于类 SaaS 业务，通常在开发完成后进行远程部署以降低成本。而对于政务和军工领域的项目，则必须在客户现场进行部署。 关于项目收费，报告类业务的平均客单价在 30 万至 50 万元之间，而软件和数据智

能业务的平均客单价在 80 万至 100 万元。近年来，随着公司能力的提升，大型项目的金额已增长至千万级别，例如与华为的合作项目金额达到 1,860 万元，这类规模的项目正逐渐增多。 在客户复购方面，老客户的收入贡献占比常年稳定在 60%左右。以“12,345”政务服务为例，客户复购的不仅是系统，更是持续的服务，因为他们每天需要处理 4 万到 5 万通电话，并需要公司每月提供深度数据分析以支持其后续工作重点的决策。

对于公司的整体战略和未来发展，有何展望？

公司的战略非常清晰，与 2019 年招股书中所述一致，即遵循“业务经验模型化、模型算法化、算法软件化”的路径。公司认为所有 AI 技术最终都将落地到具体的应用场景中。未来，随着端侧计算需求的增加，也不排除向“软件芯片化”方向发展，因为许多行动决策需要在终端完成。公司在发展过程中，持续看好人工智能产业的落地前景，并期望随着 AI 技术的提升和算力成本的进一步下降，能在该领域取得更多成果。近期对丁金博士的任命，也明确展示了公司致力于在人工智能应用领域取得突破的决心。