

证券代码：300785

证券简称：值得买

北京值得买科技股份有限公司  
投资者关系活动记录表

编号：2024-007

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：电话会议
参与单位名称及人员姓名	中信建投 杨艾莉 德邦证券 王梅卿 开源证券 肖江洁 广东天贝合私募基金 黄达、黄少波 信达证券 李依韩 华安基金 张杰伟 国泰君安 陈俊希 民生证券 刘雪莹等 50 余人
时间	2024 年 8 月 29 日 15:30-17:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长兼首席执行官 隋国栋先生 董事、联合创始人 刘峰先生 首席技术官兼 AI 事业部负责人 王云峰先生 星罗业务负责人 许欢先生 首席财务官 李楠女士 董事会秘书 柳伟亮先生
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司 2024 上半年度基本情况介绍

董事会秘书柳伟亮先生主要围绕公司 2024 上半年度基本情况进行了介绍：

2024 年 5 月，公司举办了战略发布会，正式发布了全面 AI 战略，明确了公司将在 AI 战略框架下，把核心产品什么值得买 App 改造升级为“AI 原生的什么值得买 GEN2”，同时积极推进出海计划。在公司战略的指引下，今年上半年，公司在不断加大对 AIGC 的投入，希望基于 AI 产品矩阵提供的能力和工具，将公司的业务全面 AI 化，以大幅度提升业务效率和质量。“成为 AIGC 应用的代表性公司，参与建设 AI 时代”是公司在 AI 层面的愿景。基于对 AIGC 的投入和所产生的积极成果，公司在对“什么值得买”产品进行大幅度的改造，希望将其打造成为 AIGC 时代的原生应用，也就是基于用户的个性化兴趣，应用 AI 技术对全网消费内容进行搜集、分析、提炼、推荐的消费内容平台，内部将这个项目称为 GEN2。公司希望能够让“什么值得买”在这个消费内容过剩时代，帮助用户解决高质量消费内容获取效率低下的问题。此外，鉴于全球电商市场尤其是一些新兴国家电商市场依然处于快速增长阶段，对消费内容和内容营销服务都存在很大的市场需求，公司也在积极推进出海计划。

基于这样的背景，所以大家可以理解今年上半年甚至是今年全年对公司来说都非常重要，因为这是公司重要的战略投入和变革期，这也是公司这次半年报的一个非常重要的背景，是大家理解半年报的一个重要的宏观视角。

从半年报的情况来看，今年上半年，公司营业收入 7.16 亿元，同比增长 5.69%；实现归属于上市公司股东的净利润为 765.79 万元；实现扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润为 1,198.34 万元。相比去年同期，虽然净利润有一定程度的减少，但是绝对数字并不大，而且公司觉得在重要的战略投入和

变革期，这是一份能够证明公司基本盘依然十分稳定健康，同时也孕育了新的增长动能的答卷。

首先，从分季度的情况来看，上半年公司净利润的下滑主要还是受一季度的影响，二季度公司的净利润同比去年在增长。二季度更是公司基本情况的一个常态化的反应。在这个背景下，公司非常有信心完成全年的业绩目标。

其次，半年报净利润下降主要是公司为了支持长期战略目标的实现，在 AIGC 方向和出海业务的投入比去年同期增加超过 1,500 万元，以及 2024 年第一季度投入 1,000 万元公益性捐赠所致。这是公司可控且主动的选择，蓄积的是未来增长的力量。

最后，公司在推进“什么值得买”业务的变革，可以说上半年公司非常多的资源和非常大的精力都在这件事情上，并且为了评估 GEN2 的一些效果，公司投入了一些流量资源进行了测试，得到了一些积极的成果，但是短期来看肯定会对当下的业绩造成一定的影响。在 GEN2 变革已经逐渐有一些积极成果的情况下，上半年“什么值得买”的营收能够相对维持稳定，公司觉得基本符合预期。

综合来讲，经过上半年在 AI 和出海上的战略性投入，以及对“什么值得买 GEN2”的变革，公司业务基本盘稳定健康，同时也在孕育一些新的潜在增长点。

## 二、交流互动环节

参会的各位投资者就各自关心的问题与公司进行了交流互动，主要探讨了以下问题：

1、公司上半年利润出现一定下滑，全年如何维持业绩增长？

上半年利润下滑主要还是一季度的影响，二季度同比去年是正向增长。在公司战略投入期，这是公司主动选择的一个结果，

也在预料之中。2024 年，公司还是非常有信心将上半年下降的业绩在下半年追回来。相对来讲，上半年是电商淡季，从最近的情况来看，公司上半年的净利润在全年净利润中占比大概是 20%~30%左右，考虑到公司十几个亿的营收规模，上半年净利润下降的绝对数字对全年净利润的影响预计不大。下半年在“什么值得买” GEN2、AI 降本增效以及一些市场上的积极因素的影响下，公司非常有信心能够实现全年的业绩目标。

2、GEN2 离发布会已经过去几个月了，目前的情况是怎么样的？

目前 GEN2 已经开放了不到 10% 的流量，还在一个小流量测试的过程中，同时我们也在根据小流量测试的情况不断优化产品方案和运营方案，我们预计在今年年底，GEN2 能够达到一个相对理想的状态，也预计会开放全量。

3、“什么值得买” GEN2 版本主要更新迭代了哪些方面？效果如何？

“什么值得买” GEN2 将全面应用 AI 技术，基于 AI 进行全网消费内容的收集、理解，然后助力优质消费内容的生成，解决消费内容过剩给用户带来的高质量消费内容获取效率低下等难题。基于此，“什么值得买” GEN2 将借助 AI 的能力，通过对包含内容生产、内容审核、内容分发等产业链各个环节的重塑，打造一个全新的消费内容社区生态，努力实现用户圈层的突破和用户规模的增长。针对用户的需求，“什么值得买” GEN2 将构建内容体系的核心确定为“兴趣”——用户内心真正喜欢的事物，而“好内容”的标准，也被据此重新定义：用户内心真正认可的内容。以“兴趣”为核心运营逻辑的“什么值得买” GEN2，将赋予用户更多的掌控权：不仅能够自己构建私人兴趣图谱，自主定制信息流，通过真正的好内容，精准把握自己关心的商品动态，而且能够自由进入更大的“兴趣港口”，纵览全量兴趣图谱，随时发现未知兴趣，感受世界潮流。目前“什么值得买” GEN2 版本已经处于内测阶段，未来会根据内测数据和用户反馈逐步放量，

并相应调整产品设计和运营手段。从小流量测试的效果来看，正向和负向的表现同时存在，但整体上我们觉得偏正向，这也是为什么我们觉得对未来非常有信心。

4、目前“小值”对公司业务带来哪些效果和帮助？数据表现如何？

在“小值”运营一段时间之后，我们对“小值”的定位也发生了变化。目前“小值”除了是一个独立的购物助手外，“小值”的能力已经彻底渗透到整个“什么值得买”APP当中，包括搜索、评论区以及对内容的整理。目前在我们的测试里，“小值”基本上覆盖了用户使用“什么值得买”APP的所有服务流程。从测试数据来看，“小值”作为购物助手带来的交易转化率，整体上介于好价内容和兴趣内容之间。除了内部的应用之外，“小值”本身的能力也做了对外的输出，到目前为止，我们每个月通过“小值”大概会输出600万篇内容、100万张商品卡片给我们的合作企业。

5、5月份AI战略发布后，包括GEN2的变革、内部流程重构、降本增效是否符合预期？若没有，下一步如何计划？

整体上，我们还是正在沿着5月份发布的战略正在稳步推进各项工作，在推进GEN2的变革，以及内部业务流程的再造和职能的重新梳理，我们觉得还是有积极的成效，但是需要时间来显现出更大的效果，预计明年可以看到明显的效果。

6、看到AIGC上线后，站内内容增长了20%+，特别是机器贡献内容大幅增长，但是MAU的增速相对而言没有内容增长来的快。内容扩充和用户增长之间的差异原因是什么？

质变需要一定量变的积累，目前还主要在量变阶段。我们已经能够看到AIGC内容上线之后的一些积极变化，相信随着AIGC内容数量和内容质量的不断提升和优化，内容量的增长和用户规模的增长会实现一个相互促进的效果。

7、“什么值得买”GMV 上半年出现了明下降，这个原因是什么，预计的趋势是怎么样？

从财报披露的口径，上半年“什么值得买”GMV 确实出现了下降。这个下降主要原因是去年为了拉动消费增长，有一个汽车消费节的活动，“什么值得买”平台上发送了很多优惠券，也形成了较多的成交，这部分关于汽车的 GMV 计到了去年，但是今年没有这样的活动了，所以就带来了影响，这个属于单个活动造成的异常影响，除此之外公司的 GMV 还基本维持稳定。

8、“什么值得买”的用户画像是什么，用户使用 AI 搜索的内容主要是哪些？

“什么值得买”用户画像整体上以高学历男性用户为主，本科以上学历用户占比超过 50%，男性用户占比超过 60%，我们将其定义为成长中的中产。在用户使用 AI 方面，我们是将 AI 渗透到整个业务流程中，包括用 AI 去收集、整理内容，然后生成新的内容呈现给用户。原则上讲，用户使用的所有服务都有 AI 的身影，搜索只是最终将内容呈现给用户的一种方式。

9、公司 AI 应用的整体规划是怎么样？

AI 业务的整体规划正在按照我们 5 月份战略发布会的路径执行。主要的应用方向包括：一个方向是推进集团业务流程的 AI 化，助力业务的整体升级，尤其体现在我们 GEN2 的体系里，通过 AI 改变“什么值得买”整个内容生产链条和供给结构；另一个方向是开发独立的对外产品，现在面向 C 端的产品“小值”已上线，并且我们正和大量的外部大模型厂商开展合作，输出我们在消费领域的能力到大模型厂商。随着大模型合作的进展，有越来越多的新的合作场景出现，包括手机应用和智能硬件领域的合作。

10、公司目前对出海业务有什么具体规划？

出海业务我们首站刚刚在泰国落地，站点品牌是 Zestbuy。后续我们会在其他国家和当地的合作伙伴一起落地，不同国家使用不同的品牌，但是这些应用的后端都是一套我们叫 CCAOP (Consuming Content Application Open Platform) 的产品体系在支持。这套产品会支持在 App、PC 和社交媒体三端的内容发布，快速在多个国家上线产品。我们将未来主要的落地国家分成了 Tier1 和 Tier2 两个层级，下个阶段会在 Tier1 里优先选择落地的国家，并根据当地国家的电商情况，落地不同的消费内容应用。

11、公司对分红的看法和相关安排？

公司历年来都非常重视通过分红的方式给投资者提供回报，自上市以来就一直在坚持分红。未来仍将继续坚持这一策略，努力做好公司的业绩，也努力加强分红，增强股东的分红回报。

### 三、总结发言

公司董事长兼首席执行官隋国栋先生做会议总结：

从半年报来看，公司的财务业绩基本符合预期，相关的一些指标表现是公司在这个战略投入和战略变革期必然会出现的。这是公司主动且可控的选择，蓄积的是公司未来增长的力量。

公司一直具有明确且坚定的战略方向，当下对于公司来讲，也确实处在了一个比较关键的发展时期，有很大的发展机遇，当然也面临一些公司能否把握机遇的挑战。我坚定认为 AIGC 和出海是公司面临的可以获得跨越式发展的战略性机遇，如果把握不好，就会非常可惜。AIGC 给公司带来的机会不仅是极大提升原有业务的效率，也会带来创新增长的机会。所以在“什么值得买”APP 这一侧，公司正在花非常大的力气来推进新版本的迭代和升级，也就是 GEN2，这样的机会本质上是 AIGC 带来的。出海是公司将什么值得买这样的场景，拓展到全球市场的机会，同样在这一过程中，我认为 AIGC 将会极大地提升出海业

	<p>务的效率。在出海项目推进过程中，公司也会想尽一切可能利用 AIGC 带来的便利。</p> <p>在上述这些事情背景下，公司整体的管理思路就是在保持基本的财务底线的前提下，尽可能地加大投入，用短期对利润的牺牲来换取长期成功的机会。</p> <p>在大力进行战略投入，以及推进主营业务变革的背景下，公司上半年交出了一份相对满意的答卷。经过上半年在 AI 和出海上的战略性投入，以及对“什么值得买” GEN2 的变革，整体来看，公司业务基本盘稳定健康，同时也在孕育一些新的潜在增长点。</p> <p>未来，公司会在 AIGC、出海以及什么值得买 GEN2 这三个方向上加快产品的迭代、加速业务的进展，用在产品创新和业务发展两个方面的成效来回报各位投资者。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 8 月 29 日