

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：2025-001

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 ☒其他：电话会议
参与单位名称及人员姓名	金鹰基金 陈颖 广东天贝合资产管理有限公司 黄达 建信养老金管理有限责任公司 高月 诺安基金 王晴 中金公司 王杰睿 华鑫证券 朱珠 广发证券 黄静仪 民生证券 李瑶 国盛证券 杜玥莹等 60 余人。
时间	2025 年 4 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 联合创始人兼消费内容事业部负责人 刘峰先生 智能营销及国际化事业部负责人 许欢先生 首席技术官兼 AI 事业部负责人 王云峰先生 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 年度及 2025 年第一季度基本情况介绍 董事会秘书柳伟亮先生主要围绕公司 2024 年度及 2025 年第一季度经营业绩、战略规划等方面进行了介绍： 2024 年，公司实现营业收入 15.18 亿元，同比增长 4.55%；实现归属于上市公司股东的净利润为 7,524.05 万元，同比增长 0.62%；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 7,182.27 万元，同比增长 13.93%。2024 年 5 月，公司正式发布并实施“全面 AI”战略，全年累计投入研发费用 1.82 亿元，较 2023 年增长 10.52%，在营业总收入中的占比已提升至 11.96%。公司在 AI 上的大力投入已经见到了一些成效，盈利能力和盈利效率得到了提升。公司 2024 年第四季度实现归属于上市公司股东的净利润 7,143.6 万，同比增长了 17.7%，相比 2024 年的前三个季度，有了明显的改善。2025 年第一季度，公司实现归属于上市公司股东的净利润实现较大幅度的减亏。 2023 年开始，公司将 AIGC 纳入年度重点战略，基于十余年来积累的丰富的消费内容场景和海量消费数据，开展 AI 在消费内容应用方面的研究和实践。2024 年 5 月，在公司“全面 AI 战略，效率驱动未来”的新战略发布会上，公司发布了由“1 个大模型、2 个数据库、3 个引擎、4 类应用”组成的 AI 产品矩阵。公司在 AI 上的投入，不仅提升了公司在人工智能领域的技术水平，更全面推进了公司业务以及管理环节的智能化水平。 2025 年，公司将按照“聚焦 AI”和“全面提效”的战略指导方针，推动 AI 技术与公司业务的融合、创新型 AI 产品的研发以及内部管理和运营效率的全面提升，着力强化、重塑各项重点业务的市场竞争力，以实现更好的业务发展和长期成功。一方面，公司将全力投入 AI 技术研发，通过大模型将过去积累的大规模、高质量消费数据转化为切实的新质生产力，赋能消费内容、智能营销两大业务板块的产品和服务升级，探索 AI 时代消费行业的 AI Agent 产品创新，助力值得买国际化业务拓展，抢抓市场机遇；另一方面，公司将着力推行 AI 技术在公司内部每
----------------------	---

	个岗位的实际应用，基于自主研发的 AI 工具和第三方 AI 产品，赋能组织流程和业务流程的全面提效。 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、公司的 AI 业务和市场上很多数字营销公司的 AI 业务相比，有哪些竞争优势？ 在 2025 年年初的战略会上，公司对定位、使命、愿景和价值观进行了新一轮的升级。公司的新定位是“AI 与内容驱动的数字消费服务集团”，AI 和内容就是公司区别于其他数字营销公司的两个核心竞争力和差异化竞争优势。在内容能力方面，过去十多年来，公司一直在做消费内容的建设，这是公司的核心商业模式，也是最独特的能力；在 AI 方面，当前很多同行业公司是通过 AIGC，也就是 AI 生成内容来降本增效，除了 AIGC，公司内部还在积极做 AIUC 和 Agent。AIUC 即 AI Understand Content，通过 AIUC 引擎理解全网的海量消费内容，支撑业务的升级，包括“什么值得买 GEN2”以及即将发布的独立 Agent 产品。在 Agent 方面，公司在积极构建独立的 Agent 产品，以及通过积极参与 MCP 等生态的建设抓住未来各种 Agent 与外部渠道互联，Agent 之间互联的机会。 2、公司“什么值得买 GEN2”版本的进展情况？ 2024 年，“什么值得买 GEN2”主要是做小批量的上线测试。今年随着大模型能力的提升，AIUC 引擎被引入之后，用户的二创内容质量已经有了明显提升，产品的一些核心指标也有了改善，目前预计在 5 月份上线“什么值得买 GEN2”的全量版本，新版本的信息流会以商品内容为主，希望能够为用户在人工智能时代的内容获取和购物效率提升带来帮助。 3、公司推出独立 Agent 产品的战略考量？
--	---

	公司最初在“什么值得买”上线的购物助手“小值”本质上是 Chatbot 产品，通过对话的形式，为用户提供消费决策的建议。目前正在规划的独立 Agent 产品希望能在此基础上，更进一步实现帮助用户下单、查快递等，最终能够真正成为帮助用户自动完成购买的智能购物助手。此外，公司也希望通过独立的 Agent 产品，逐渐实现与一些智能终端、电商平台、品牌商等打通，共同构建人工智能时代新的电商流量生态。作为独立的第三方平台，公司具有这方面的优势和条件。 4、MCP 协议对公司的 Agent 产品有哪些促进作用？ MCP 是 AI 时代大模型与工具之间的数据传输协议，公司即将发布的独立 Agent 产品会应用这个协议。同时，公司也更重视通过 MCP 更上层的协议去实现与更多应用更完整的交互。在发布独立 Agent 的同时，公司也会发自己的 MCP-Server，希望和行业共同建设更上层的协议。 5、ChatGPT 近期更新了商品推荐功能，对公司是否有促进作用？ 比 ChatGPT 更早，AI 搜索引擎公司 Perplexity 在半年前就推出了 AI 导购功能，AI 明星公司的这些尝试可以培养用户认知，对公司产品的发布和用户习惯的培育有促进作用。在智能购物助手方面，公司即将推出的独立 Agent 产品有自己的独特优势。国内的电商市场环境较为复杂，需要很深的行业理解才能做好这件事情，而公司在这一领域已经有了很多年的积累。在过去一年，基于以往的积累和公司行业的独到理解，公司和国内大模型厂商、智能终端厂商之间建立了比较多的合作，这对公司这方面能够交付的产品质量是一个证明。 6、“什么值得买 GEN2”如何提升内容的实时性和精准度？ 对于内容的实时性和精准度问题，公司主要通过 AI 优化工作流的方式来提升效率和准确性。目前，商品内容的精准度已经从过去的 85%提升到 95%以上，后期公司还会引入 Agent，通过浏览网站、APP 的方式来实时查看商品价格等信息，实现商品内容精准度的进一步提升。 7、公司出海业务今年有哪些计划？
--	---

	公司今年的出海计划是消费内容和营销服务同步出海，计划年底实现在 5 个国家的落地，以亚洲国家为主。目前，除了已经签约的泰国站合作伙伴外，印度尼西亚的合作伙伴也将在上半年签约。 8、公司 2024 年度的销售费用率下降的原因是什么？ 2024 年度和 2025 年一季度，公司的销售费用率都有一定的下降，主要得益于公司应用 AI 带来的运营效率和管理效率的提升。2025 年，公司会继续坚定投入 AI，并且在业务结构上做一定的优化，在降低成本的同时，会更关注盈利能力和盈利效率的提升。 9、公司一季报合同负债明显提升，具体是哪个方面的原因？ 公司一季报合同负债的增加主要是由预收款项的增长带来。公司不同业务有不同的资金结算方式，一些营销类业务需要客户预付服务费，公司才提供相关服务，因此预收款项增加是合同负债提升的原因，这也在一定程度上保证了服务交付和相关服务费用收取的安全性。 10、伴随 AI 应用对内容编辑审核、社区维护的人效提升，可否展望一下未来的费用节省空间？ 公司已经对“什么值得买”的工作流进行了 AI 化改造，这一轮改造使人效获得了明显提升，也节约了成本。公司认为这种改造会持续进行，并且仍有比较大的费用节省空间。 11、AI 如何提升公司商业模式的先进性？ AI 对于公司来说，机会远远大于挑战。过去值得买产品的商业模式是从消费内容起家的社区，有自己的内容和流量，通过流量转化和种草价值获取商品导购佣金和广告收入，这是与电商平台和品牌商做对接的单品模式。在 AI 时代下，公司经过十余年积累的商品库和内容库，对模型训练、实时的 API 调用和 Agent 之间的对接有独特的价值。目前，公司正把内容能力和商品能力通过 AI 引擎输出给其他大模型公司和智能终端等各种流量体，从而在 AI 时代建立核心竞争力。未来，通过独立的 Agent 产品，对 MCP 等生态的参与，公司有望联合电商平台、品牌商，
--	--

	各种各样的以智能终端为代表的新流量体，构建人工智能时代下的新电商流量体系。 三、总结发言 公司董事长兼首席执行官隋国栋先生最后进行了总结发言。 首先非常感谢各位投资者愿意花时间来参加公司的交流会，尤其是在这个业绩报告发布的密集期。 去年在这个会上讲到，AIGC 和出海是公司面临的两个战略性机遇，今年这个原则依然没变。过去一年，公司在这两个战略方向上投入了非常多的资源和管理精力，在这样的背景下，公司也实现了财务上的基本稳健。今年，这两个方向依然是我们的重点，尤其是 AI。接下来，我也会重点总结公司在 AI 领域的规划和思考，以及公司在 AI 领域的独特优势。 第一点是公司一直坚持技术驱动的发展战略，核心团队均对 AI 有独到的理解。大家都认可大模型生成内容是很重要的，但与此同时我们认为如何用大模型去理解现有世界里的消费内容也是具有独到价值的，包括商品评测、品牌评测、用户晒单分享等等，目前这些内容不是不足，而是过剩的，所以能够真正理解和归纳这些内容是非常有价值的。这是公司提出 AIUC 的背景，是比较创新的，也是公司对 AI 在消费内容领域应用具有独到理解的具体体现。另外，公司今年年初就开始讨论 MCP，并立刻认识到在未来所有硬件终端都可能会智能化的背景下，这个世界上会诞生很多新的流量体，包括智能眼镜、智能汽车等，这些智能终端都会推出自己的 Agent，电商、品牌商也会有自己的 Agent，在这种情况下，这些智能终端的 Agent 之间，以及与电商的 Agent 之间如何交互存在很大的机会，公司希望能够通过推出独立的 Agent 产品，以及积极参与 MCP 等协议生态的建设，构建人工智能时代下的新电商流量体系。公司对以智能终端为代表的新流量体的理解，对电商的理解，以及二者之间如何交互的理解是公司的独到优势。
--	---

	第二点是基于已经构建起来的底层 AI 能力,公司正在直接应用 AI 改进主线产品。目前,从收入贡献上,公司最核心的两个产品,一个是什么值得买,另一个是星罗。2025 年 5 月底,“什么值得买 GEN2”将会全量上线。星罗也正在积极应用 AI 对业务平台进行升级。使用 AI 技术对公司的核心产品做升级迭代,也表明了公司坚定投入 AI 的决心。 第三点是在对主线业务用 AI 进行改造升级的同时,公司也在 AI 领域做了很多创新尝试。比如去年公司在“什么值得买”上线的“小值”,以及在交流中多次提到的公司即将推出的独立 Agent 产品和对 MCP 生态参与的构想。还比如星罗创想推出的 AI 工具“神灯素材助手”。“神灯素材助手”是一款自动生成图片、文本和视频等素材的 AI 工具,能够有效提升各种营销场景下的创意产出水准和内容生产效率,不仅优化了内部工作流程,也帮助所服务的品牌、商家降低了内容制作成本,提升了企业的数字化水平。此外,在消费数据业务板块,公司也正在用大模型去分析社交网络里的内容,为电商平台、品牌商等提供关于产品和品牌的洞察。总之,除了目前贡献主要营收的主线产品之外,公司还在密切关注最新的技术变化趋势,关注最新的技术动态,不断推进公司在 AI 领域的创新实践,这一点是公司一直坚持的。 第四点是公司还在积极参与 AI 生态的建设。目前,随着逐步沉淀来自于消费内容业务板块和智能营销业务板块的更多数据资源,公司已形成一个能够涵盖人、货、场等多种维度的底层数据体系,也就是公司具有独特价值的商品库和内容库。AI 技术的进步,让公司对商品库和内容库质量的提升和整理能力进一步增强,可以更快地构建竞争壁垒。目前,公司正在把这些商品库和内容库开放给上下游的合作伙伴,包括大模型公司和智能终端,通过提供“小值”的 API 接口、提供商品数据库和内容数据库接口等方式,支持第三方 AI 应用为用户解答与消费相关的问题。截至目前,公司已经与月之暗面、智谱华章、百川智能、讯飞星火、MiniMax、面壁智能等通用大模型公司,与华为小艺助手、荣耀 YOYO 助手、理想汽车、联想如意助手等智能终端产品达成合作,在脱敏的基础上提供消费内容信息,加速推动 AI 技术的发展与应用。同
--	---

	时，公司的智能体“小值”以 Agent 产品的形式已入驻了元宝、豆包、文小言等智能体应用平台，以独立智能体的形式为更广大用户提供消费决策建议。未来，随着 Agent 生态建设的逐渐完善，公司所拥有的商品库、内容库，以及基于此构建的 Agent 产品、MCP 等生态将会有更加独特的价值。 除了会继续加大对 AI 领域的投入之外,公司也会继续全面推进国际化战略，拓展全球市场。当前，全球电商市场，尤其是新兴国家的电子商务领域，仍处于快速增长阶段，消费内容及内容营销服务需求旺盛。基于这一洞察，2024 年，公司正式启动了“值得买”模式进入国际市场，首站选择了泰国，迈出了国际化布局的重要一步。2025 年，公司将在继续深化“值得买”模式全球化拓展的同时，推进消费内容和智能营销全面进行全球化拓展，在进一步落地泰国站的基础上，加速向更多国家落地，持续提升品牌影响力和市场份额，为全球用户提供优质的消费内容和智能营销服务。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 4 月 29 日