

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：2024-004

|               |   |
|---------------|---|
| 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<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><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   | 广发证券 黄静仪<br>东北证券 张昊晨<br>中金公司 石狄<br>国盛证券 范佳博<br>广东天贝合资产管理有限公司 黄少波<br>深圳市前海登程资产管理有限公司 于骏晨<br>华夏基金 孙艺峻<br>嘉合基金管理有限公司 翟青等 70 余人。  |
| 时间            | 2024 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<br>董事会秘书 柳伟亮先生<br>首席财务官 李楠女士  |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <b>一、公司 2023 年度及 2024 年第一季度基本情况介绍</b><br>董事会秘书柳伟亮先生主要围绕公司 2023 年度及 2024 年第一季度经营业绩、战略规划等方面进行了介绍：<br>2023 年，公司实现营业收入 14.52 亿元，同比增长 18.17%；实现归属于上市公司股东的净利润 7,477.53 万元，同比下降 11.92%；实现扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润 6,303.91 万元，同比下降   |

5.59%。分业务看，“什么值得买”产生收入为 9.54 亿元，同比增长 7.55%，在营业收入中占比为 65.74%；新业务产生收入为 4.97 亿元，同比增长 45.79%，在营业收入中占比为 34.26%。

2023 年，公司将 AIGC 列为公司的重点战略项目，在 AIGC 方面投入了大量的资源和精力。从组织架构上，公司成立了独立的 AI 事业部，负责公司 AIGC 战略的整体规划以及重点项目的实施。在具体应用层面，消费内容社区“什么值得买”进一步扩大了 AIGC 内容的占比。2023 年，AIGC 内容在“什么值得买”内的占比已经达到了 36.66%，成为增加社区内容数量和丰富社区内容生态的重要组成部分。“什么值得买”App 内上线了“AI 评论机器人”、“AI 购买建议”、“ZDM-copilot 创作者工具”等一系列应用，提升了内容创作者的效率，也进一步活跃了社区生态。2024 年初，公司的大模型产品“AI 问答机器人”正式通过国家《生成式人工智能服务管理暂行办法》备案，新功能“小值 AI 购物助手”也已经正式上线。此外，公司还推出了自动生成图片和文本的 AI 小程序工具“神灯素材助手”，帮助内容创作者和企业提升营销场景下的创意产出水准和内容生产效率。

2023 年，公司提出了出海项目。围绕出海，公司聘请了专业的咨询机构设计了出海的业务架构，成立了服务于出海的研发中心，开展了相应的研发工作的，同时也初步组建了出海的业务团队。

2024 年，公司将按照“科技赋能”和“重点突破”的战略指导方针，着力强化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。具体来看，公司明确了三个重点的战略项目：第一是推进核心产品“什么值得买”的版本升级；第二是基于值得买消费大模型推进 AIGC 落地；第三是推动“值得买”模式出海，拓展全球市场。

综合过去一年的探索，公司更加坚定地认为 AIGC 和出海是公司获得跨越式发展的战略性机遇。所以，2024 年仍是公司继续坚定投入的一年，尤其是在 AIGC 和出海领域，我们会在这些领域加快产品的迭代，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。

在发布年报的同时，公司也发布了 2024 年的一季报，具体来看：公司 2024 年一季度实现营业收入 2.96 亿，同比增长 16.85%；实现归属于上市公司股东的净利润-2,271.1 万元，去年同期是-68.7 万元；扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润-1,575.2 万元,去年同期是-383.1 万元。

## 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、2024 年第一季度营业收入增长背后的驱动因素是什么？净利润亏损的原因是什么？

公司 2024 年一季度营业收入中，来自于“什么值得买”的收入稳健增长，但增长的主要驱动因素来自于新业务，其中尤其是抖音电商代运营业务的快速增长。

从净利润上来看，公司一季度整体相比往年表现较为弱势。主要有以下几个原因：（1）由于一季度本就是电商的淡季，每年一季度的净利润在公司年度净利润中的占比都不高；（2）公司整体处于战略投入期，一季度研发费用增加了 1,000 万元左右，这部分投入后续会通过 AI 对效率的提升和出海业务显现出效益；（3）2023 年公司花了很大的力气成立了北京值得同行公益基金会，今年年初取得了北京市民政局核发的登记证书，一季度公司做了 1,000 万元的公益性捐赠，用于支持基金会的运行；（4）目前“什么值得买”超过一半以上的人力投入到了新版本的研发和迭代中，这些努力暂时没有反应在业绩增长上，反而可能会对短期业绩带来一些影响。

### 2、公司目前已经上线了一些 AIGC 的应用，对 AIGC 应用未来是如何规划的？

2023 年，公司将 AIGC 列为重点战略项目，成立了 AI 事业部，研发了值得买消费大模型，并基于消费内容社区“什么值得买”进行了一些探索。从财报中可以看出，“什么值得买”上 AIGC 的内容占比已经取得了很大的提升，一些 AIGC 类的应用在平台上也取得了不错的效果。但这些都还是只在 AIGC 边缘的一些业务试探和触碰。

2024 年，公司将深入推进 AIGC 与内部业务和管理场景的融合。就我们核心业务“什么值得买”来讲，就是用 AIGC 去重塑原有业务的流程与逻辑，在大幅提升效率的基础上，寻求二次增长的机会。公司正在全力推进“什么值得买”的下一代产品，内部称之为“Gen2”，代表的是“什么值得买”产品的第二代。Gen2 将会为“什么值得买”带来全新的内容生产逻辑，简单来讲就是借助大模型的能力，来实现对内容生产效率的提升和方式的改变。目前，Gen2 已经开发完成并正在内测，之后会陆续放大测试范围。

### 3、值得买为什么考虑出海，出海的节奏是什么样的？

首先从市场空间来讲，我们认为值得买模式在海外有独特的竞争力；海外市场，尤其是东南亚电商市场正在迅速发展，有适合我们生存的环境；海外电商更认可效果营销，商品货币化率也比较高，基本上电商导购佣金在 8~10%，甚至不少品类的导购佣金比例超出 10%。

其次从竞争优势上来讲，我们认为公司在国内有成功经验的沉淀，海外类似玩家比较多，但以小团队居多，公司相当于是成体系的建制，在 AI 时代有独特的优势，可以大规模应用 AIGC 的能力。

2023 年，公司正式提出布局出海业务，围绕这一战略目标公司也做了一系列的准备工作：（1）在成都设立了研发中心，进行出海架构开发，希望基于统一的底层架构在各个国家进行灵活的配置；（2）2023 年底，初步建立了出海团队，并进行市场调研及战略规划等；（3）聘请了专业的机构进行出海公司架构的设计，确定了整体的出海架构。2024 年，公司比较明确出海是重要的战略项目之一。目前，公司出海已经开展具体的落地工作。出海业务将通过自营和合作的方式落地；自营方

面，在公司前期调研基础上，选定在东南亚落地，并将首站定在泰国。我们希望将泰国站打造成出海的样板工程，之后在其他国家与当地的伙伴合作，合作形式是我们输出整体的解决方案，当地的合作伙伴负责具体的运营工作。

#### **4、公司对出海业务的营收、利润预期是怎么样的？**

截止到目前，公司主要在做出海业务的前期筹备工作，现在相关应用已经提交应用商店进行审核，但是严格来讲出海业务还未正式开始运营。在这样的背景下，公司目前没有对出海业务的营收、利润做明确的要求和具体预测。但是我们希望在出海业务正式面向用户，并经过几个月的运营后，利用好下半年的电商旺季，争取在运营端实现第四季度单季度的运营侧利润转正，为明年打下一个好的基础。

#### **5、“什么值得买”APP改版之后是否会考虑加大投放力度？**

“什么值得买”Gen 2 是公司 2024 年的重点产品，但在考虑是否进行大规模投放之前，产品逻辑还需要进行验证，还需要不断地观察用户的反馈和口碑。如果测试符合预期，新产品确实能够帮助用户更好地进行消费决策，各项留存数据也不错，那么加大投放力度将是必然选择。

#### **6、公司在最近两年毛利率为什么会呈现波动？**

公司最近两年整体毛利率的变化，主要是因为业务结构的变化，来自于新业务的营业收入占比不断提升，而新业务的毛利率相对较低。

#### **7、公司在自研大模型之外，对外部大模型及产品态度如何？**

公司对于外部大模型及相关 AIGC 产品保持着高度开放的态度，事实上目前我们已经合作或者测试了市面上几乎所有的大模型产品。公司除了自身在不断进行模型训练之外，也积极引入其他模型的优势和能力。另外，对于模型训练而言，数据的重要性不言而喻，值得买自身积累了海量高价值的消费数据，这对于外部大模型公司也有着高度的吸引力。因此大模型公司对于值得买也保持着沟通的热情。以 Kimi 为例，公司已经在消费内容社区“什么值得买”中部分商品详情页面接入了 Kimi，为用

户提供商品提炼总结服务。未来，我们还将根据对此次接入情况的评估，决定是否将 Kimi 接入到更多的场景中。此外，公司拥有大量优质的消费内容和消费数据，是一个非常好的语料资源，我们双方团队正在合作，将我们脱敏后的消费内容和消费数据的 API 开放给 Kimi，帮助 Kimi 提升在消费类问答中的表现。

#### **8、“小值”上线后对“什么值得买”运营数据产生哪些影响，后续对“小值”有哪些规划？**

“小值”2024年2月29号在“什么值得买”APP里上线。一开始，我们只开放了5%的流量，现在已经开放到了20%左右。在这个过程中，我们也做了AB测试和大量的数据分析，我们得出比较明确的结论是，“小值”对于用户的停留时长和电商点击转化的影响整体是正向、有帮助的，但这个还只是部分流量的数据，完整的数据分析和测试还有待更大流量的检验。

在运营“小值”的过程中，我们对“小值”的整体运营思路也发生了一些变化。最开始，我们是以运营一个独立产品的思路运营“小值”，我们给“小值”有固定的入口，用户可以和“小值”对话互动。现在，我们的思路是把小值的整体能力植入到“什么值得买”APP的各个场景中，比如在搜索的时候可以调用“小值”，在评论区可以和“小值”互动等。通过植入各个场景，不仅可以提高“小值”在站内的整体曝光，也可以通过“小值”来提高用户的活跃度，这对于社区生态的整体帮助更大。当然“小值”植入到各个场景中，还需要一个过程。

#### **9、小红书等内容平台也在加码AI，在这种行业竞争格局下，从中长期看，公司如何保持竞争优势？**

公司在商业上的底层逻辑是不参与红海市场的竞争，我们会通过增加一层服务的方式，来寻求差异化竞争优势。以“什么值得买”的早期业务为例，当年在淘宝、京东等大平台以及垂直类的电商平台激烈竞争的市

场中，我们做了一层消费推荐服务，把真正优秀的品牌和产品推荐给用户。

今天在 AI 时代，很难再像小红书、抖音、B 站或者微博一样做一个巨大的社交平台，这类平台需要巨大的资源投入，并且已经形成非常明显的头部效应。我们的出发逻辑是应该为消费者提供什么，来提升他们获取信息的效率。在这些平台上，每天都有海量的用户、博主在生产内容，内容质量参差不齐、真假掺杂，还有很多软硬广告。当有这么多人都在去评价品牌、评价商品的时候，怎么样能够用 AI 的能力去抽离出来所有的内容，然后去抽离出来其中的真相，这其实是今天我们在另外一层该做的事情，而不是和这些平台去做直接竞争。

### **10、公司出海业务会不会做社交属性的内容？**

公司出海业务也会经历类似“什么值得买”在国内从 Gen1 到 Gen2 版本的迭代。在启动期，我们会采用 Gen1 的逻辑，优先选择从电商的商品信息流开始，后期我们会增加社交属性、内容属性以及增加 AI 分析内容的占比，这需要一个过程。

### **三、总结发言**

公司董事长兼首席执行官隋国栋做会议总结：

相比疫情前，最近两年公司的业绩受到了一定程度的影响，非常感谢在这个时点不离不弃、一直陪伴的各位投资者、各位分析师朋友。当下对于公司来讲，我确实认为处在了一个比较关键的发展时期，有很大的发展机遇，当然也面临一些我们能否把握机遇的挑战。

我确实认为 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我们原有业务的效率，也会带来创新增长的机会。所以在“什么值得买”APP 这一侧，我们正在花非常大的力气来推进新版本的迭代和升级，内部称之为 Gen2，这样的机会本质上是 AIGC 带来的。

|          |   |
|----------|---|
|          | <p>出海是我们将“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，我们认为 AIGC 将会极大地提升出海业务的效率。在出海项目推进的过程中，我们也会想尽一切可能利用海外 AIGC 带来的便利。</p> <p>在上述这些事情的背景下，我们整体的管理思路就是在保持基本的财务底线的情况下，尽可能地加大投入，换取长期成功的机会。2024 年公司会在 AIGC、出海以及“什么值得买”这三个方向上加快产品的迭代、加速业务的进展。</p> <p>今天的交流会时间有限，不能详尽地讲述我在“什么值得买”新版本（Gen2）、出海以及 AIGC 等方面背后的详细思考，以及底层逻辑。公司预计在 5 月 10 日在北京召开一场发布会，来详细地向各位汇报我们的思考，诚邀大家参加，期待 5 月 10 日见到各位。</p> |
| 附件清单（如有） | 无   |
| 日期       | 2024 年 4 月 29 日   |