

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：2024-003

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	中金基金 侯明威 合远基金 陈梦笔 宝盈基金 刘凯 国泰君安 陈筱、杨昊
时间	2024年3月8日 15:15-16:30
地点	北京市丰台区诺德中心二期 11 号楼 40 层会议室
上市公司接待人员姓名	首席技术官 王云峰先生 董事会秘书 柳伟亮先生 证券事务代表 高晗女士
投资者关系活动主要内容介绍	<b>一、基本情况介绍</b> <b>1、2024 年战略重点</b> 董事会秘书柳伟亮先生对公司 2024 年的战略重点进行了介绍： 2024 年，公司有三个重点的战略项目（1）消费内容社区“什么值得买”APP 的产品改版。在今年的 4 月 30 日，“什么值得买”APP 会有一个比较大的产品迭代，我们内部称为 Gen2，这是相比我们目前产品 Gen1 来讲的。在 Gen2 里面，会以用户的消费兴趣为核心出发点，进行产品逻辑、内容生产系统和内容分发逻辑的创新和改变，也会大量使用 AI 的相关功能；（2）AIGC 与

内部业务的充分融合以及独立发展。一方面要提升全员和所有业务 AI 化的程度，充分利用 AIGC 的各种模型和工具提升内部业务和管理的效率，并寻找创新增长的机会，另一方面要增强公司 AIGC 业务的技术实力，在业内达到领先水平，并实现业务的闭环；（3）出海项目的落地。在 2023 年提出出海项目的基础上，将出海作为今年度重点的战略项目，重点推进出海项目的真正落地，以泰国为首站打造样板工程，跑通整体的技术、管理和运营流程。

## 2、AI 购物助手“小值”

首席技术官王云峰先生围绕公司 AI 购物助手“小值”（以下简称“小值”）进行了详细介绍：

“小值”是公司基于值得买消费大模型所研发的 Agent 产品，能通过对话深度理解用户需求，基于全网实时消费经验、价格信息进行快速总结，提供口碑总结、商品对比、商品推荐、全网比价等服务，为存在不同决策难点的消费者提供个性化的建议，从而提升消费决策的质量和效率。目前，在“什么值得买”APP 首页搜索框左侧我们开放了小部分的流量。此外，用户进入“什么值得买”App，点击“我的”页面右上角机器人图标，或搜索“AI 小值”关键词，均可直接调用“小值”。

“小值”的目的是为了帮助用户更好的在购物过程中解决自己的真实购物难题以及提供更好的整体消费决策。“小值”四大功能可以总结为：评、挑、荐、省。当用户开始与“小值”对话时，“小值”能快速判断用户使用需求：如需商品口碑，可优选值得买内容库中覆盖全网的超 2.5 亿条实时有效的优质消费内容，总结商品的真实优缺点；如需商品比较，可基于值得买内容库，通过参数及评价等比对，帮助消费者挑选更适合的产品；如需商品推荐，则通过内置自研意图识别模型，引入多轮对话系统，帮助“选择困难症”梳理需求、精准推荐；如需实时价格，

则基于值得买商品库中覆盖全平台的优质高销商品，进行实时价格比对，找到全网最“值”好价。

未来，“小值”还将在三大方向持续进行优化升级：（1）基于更细致的用户画像与更多轮次的对话，更深入地理解用户意图；（2）加入图片等多模态识别，提升用户的使用体验；（3）对内容库中的优质消费内容进一步提纯与优化，提升小值建议或推荐的质量。

## 二、交流互动环节

参会的各位投资者、分析师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 AIGC 业务的布局情况？

2023 年初，公司确定 AIGC 为公司重要的战略项目，不仅要大力投入资源提升公司在人工智能领域的技术水平，更要全面推进公司业务以及管理环节的 AI 化，从降本增效和创新增长两个方面推进 AIGC 在公司内部的落地。

2023 年，围绕 AIGC 公司做了一系列的工作。比如成立独立的 AI 事业部，来统筹公司在 AIGC 领域人力、算力、数据、算法、应用等层面的布局。目前，公司基于通用模型，利用自身有特色的数据资源和语料库，自研了值得买消费大模型；基于值得买消费大模型，公司在“什么值得买”App 上，上线了一系列的具体应用，包括“AI 评论机器人”、“AI 购买建议”等，提升了内容的丰富度和多样性，进而提升了用户的活跃度。此外，公司还研发了 AI 小程序工具“神灯素材助手”，为内容创作者提供图片和文本自动生成的服务。

2024 年初，“什么值得买”App 大模型产品“AI 问答机器人”已正式通过国家《生成式人工智能服务管理暂行办法》备案，其核心算法通过境内深度合成服务算法备案；新功能“小值 AI 购物助手” 2024 年 2 月 29 日正式在“什么值得买”App 上线，这是公司过往所有努力的一个关键节点，对公司来讲是一个具

有里程碑意义的事件。一方面，公司认为“小值”可以帮助消费内容社区“什么值得买”构建更加完善的内容生态，结合公司正在进行的产品改版，有望提升用户整体的活跃度和满意度；另一方面，公司认为随着人工智能技术的进步，电商将逐步进入“所问即所得”、“所想即所得”的时代，这是公司希望通过“小值”逐步实现的。

## **2. 公司出海业务的未来规划，以及计划先在哪些国家落地？**

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，我们内部的目标是在今年 4 月中旬能够正式上线。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。

## **3. 公司为什么要考虑出海？**

核心有三个原因（1）公司认为“什么值得买”在国内创立的“值得买”模式在国际市场上依然具有很强的竞争力；（2）全球电商市场，尤其是一些新兴国家电子商务依然处于快速增长的阶段，公司认为存在一定的市场机会；（3）海外电商比较认可效果付费的模式，佣金比例也较高。国内大概 2-3%的佣金比率，在海外 8-10%都是比较常见的。

## **4. 如何提高“小值”的盈利水平？如何考虑未来对企业的增收和增利？**

公司在短期内更希望优化“小值”的用户体验，让用户体验逐渐达到一种极致的状态，把用户侧的数据做得更好。未来商业化空间来看：（1）To C端：“小值”在“什么值得买”APP上，后端的整体逻辑是用户点击商品，成交后会产生GMV和电商导购佣金，这可以提升“什么值得买”CPS的变现效率。（2）To B端：公司有大量的电商和品牌客户，公司计划将消费大模型和“小值”产品的能力开放给B端客户。我们认为对于品牌和电商，尤其是中小电商或者品牌而言，可能无法承受自研成本和对技术实力的要求，而公司具备相关技术实力和产品研发能力。此外，公司的产品研发和模型研发都基于特色的内容资源，因此我们相信这对其他一些电商和品牌商能够起到一定的帮助。

**5. “小值”上线后用户使用频率及推荐商品卡片的比率情况？目前“小值”上线后，具体哪些数据可以持续跟踪？**

目前，在“什么值得买”APP首页有限放量的情况下，有约6%的用户在使用。此外，在“小值”下方设置了用户反馈入口，有1%的用户给出了改进意见，总的来说，我们认为“小值”到目前为止用户接受程度较高，基本符合我们的预期。

根据用户需求的不同“小值”并不是每次对话都会给用户推荐商品链接，目前在所有对话里，给用户推荐商品链接的对话占比约为30%。在“小值”给出的所有对话中，整体电商点击率约为10%。如果我们假设所有对话都包含商品链接的推荐，整体电商点击率约为30%~40%。全站水平大概在50%左右，考虑到“小值”刚刚上线，这个表现其实略超出了我们的预期。

“小值”刚上线不久，公司也在实时监测相关基础数据。目前，我们首先考虑的就是活跃度、使用量等，待全站放量后，我们会考虑阶段性的公开披露涉及“小值”的相关数据。

**6. “小值”后续功能升级方向？**

“小值”机器人后续产品的规划主要有以下几个方面：（1）根据用户反馈持续进行优化模型；（2）提供更加个性化的推荐，

	<p>希望通过“小值”与用户对话能够更好地刻画用户画像，为用户提供更加贴心、个性化的服务；（3）向多模态的方向发展，支持用户上传图片、视频，购买同款商品，通过交互形态和方式能够给用户提供更好的交互体验。（4）覆盖更大、更广的商品范围和消费内容，提供更好的消费决策参考。</p> <p><b>7. 训练“小值”机器人需要具备多少的数据量？是否需要从外部获取数据？</b></p> <p>在模型训练方面，公司从全网数十亿数据中，筛选 1.2 亿条消费相关优质训练语料。目前，公司每日新增大概 2,000 万条的消费数据，这些数据包含我们自身业务积累的数据，也包含一些外部数据。</p> <p><b>8. 公司相比于其他友商而言，在购物助手 Agent 上的优势是什么？</b></p> <p>从 Agent 的整体结构来看，公司具有以下优势：（1）数据壁垒：训练模型需要大量数据，公司在消费内容业务板块和营销服务业务板块等拥有 10 多年的发展历程，积累了丰富的数据资源。目前公司 AI 事业部约 50 人，其中约 20 人从事与数据相关的工作，这种数据资源和人员能力是很多公司难以具备的；（2）算力壁垒：去年公司储备了几十张 H100 算力卡，算力方面公司也做了一定的储备；（3）与阿里、抖音、百度等平台相比，公司的商品推荐体系具有跨平台的属性，是相对中立的角色。</p> <p><b>9. 公司目前储备的算力卡并不算多，未来更新迭代算力上是否能够满足？</b></p> <p>公司目前储备的 H100 卡主要是用于训练，在训练层面是足够用的。在推理上我们使用的是国内云计算厂商的算力，也基本上能够满足我们的需求。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 3 月 8 日

