

证券代码：002131

证券简称：利欧股份

利欧集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-006

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 一对一沟通
参与单位名称及人员姓名	招商证券 刘玉洁 博时基金 李绮雯 长城基金 韩林 新华基金 张帅 西藏青骊 吴洋 汇丰晋信 豆怡凡
时间	2024年11月21日
地点	电话会议
上市公司接待人员	董事、副总经理、董事会秘书 张旭波 副总经理 郑晓东
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、AI在广告投放中相比传统程序化广告投放有何优势？</p> <p>答：传统程序化广告投放主要依赖用户标签进行匹配，这些标签数量有限且相对固定。而AI在广告投放中具有以下优势：</p> <p>1、更精细化的用户匹配</p> <p>AI能够利用用户过去一段时间的行为习惯，包括用户的浏览记录、购买记录等，甚至能分析用户在特定页面或商品上的停留时间、互动频率等细节，从而进行更精细化、更实时的匹配，大大提升匹配效率。</p>

2、实时调整与优化

AI能够按天按小时甚至更短的时间间隔进行实时调整（目前最细到5-10分钟内调整25万次左右的投放优化操作），根据用户行为的变化及时优化投放策略，使广告投放能够更快速地适应客户行为轨迹的变化，做到更精准地触达目标用户，提高投放效果。

3、更庞大的数据维度

传统程序化广告投放受限于标签数量等局限性，而AI能够处理和分析更庞大的数据维度。这意味着广告可以包含更多的信息，如价格信息、场景信息、市场信息等，从而提供更丰富、更吸引人的广告内容。

4、提升投放效率与效果

通过AI的智能分析，能够实现广告精准、高频、有效地直达每一位潜在用户，广告投放的效率和效果得到显著提升，最终实现广告收入的增加。

二、AI可以提升多少投放效果？

答：以往，在处理如数量庞大的SKU，广告投放通常只能依赖有限的分组匹配。随着大模型的引入和应用，广告投放的分组维度及精度得到了极大提升，操作频率也大幅度提升。以今年的双11为例，通过大模型的支持，我们的建立的细粒度投放规模超过76万投放单元，操作和交易优化频次超过3500万次，比去年同期没有大规模采用人工智能辅助前扩大了9倍，广告投放消耗金额比去年同期增加40%。

三、公司三季报上显示经营活动现金流下滑较多，请问是什么原因？

答：公司前三季度经营活动产生的现金流量净额相比去年同期下滑，主要原因与会计期间的资金流动支出情况有关，其中包括但不限于当期媒体付款、业务运营支出增加等。前三季

	度的现金流情况并非持续性的，不代表公司整体经营活动现金流状况的长期趋势，随着后续业务的持续稳健经营，公司经营活动现金流的情况在年报中将有所改善。
附件清单（如有）	无
日期	2024年11月21日