

证券代码：300792

证券简称：壹网壹创

杭州壹网壹创科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-002

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称	信达澳亚基金管理有限公司、银河基金管理有限公司、融通基金管理有限公司、博时基金管理有限公司、银华基金管理股份有限公司、创金合信基金管理有限公司、申万菱信基金管理有限公司农银汇理基金管理有限公司、新华基金管理股份有限公司、华夏基金管理有限公司、建信养老金管理有限责任公司、磐厚动量(上海)资本管理有限公司、上海同犇投资管理中心(有限合伙)、上海健顺投资管理有限公司、上海名禹资产管理有限公司、上海亘曦私募基金管理有限公司、海南羊角私募基金管理合伙企业（有限合伙）、耕霖（上海）投资管理有限公司、北京世邦私募基金管理有限公司、上海从容投资管理有限公司、上海睿郡资产管理有限公司、上海涌乐私募基金管理有限公司、上海万纳私募基金管理有限公司、信达证券股份有限公司、东吴证券股份有限公司、国海证券股份有限公司、华创证券有限责任公司、中国国际金融股份有限公司、方正证券股份有限公司、国泰君安证券股份有限公司、西部证券股份有限公司、中信证券股份有限公司、华源证券股份有限公司、上海申银万国证券研究所有限公司、国联证券股份有限公司、东北证券股份有限公司、浙商证券股份有限公司、开源证券股份有限公司、广发证券股份有限公司、中泰证券股份有限公司、国盛证券有限责任公司、民生证券股份有限公司、长江证券股份有限公司、华泰证券（上海）资产管理有限公司、鸿运私募基金管理（海南）有限公司、财信证券、上海潼法企业管理咨询有限公司、招银理财有限责任公司
时间	2025 年 9 月 4 日 (周四) 下午 15:30~17:30

地点	线上交流
上市公司 接待人员 姓名	1、副总经理、董事会秘书高凡 2、证券事务代表冯倩雯
投资者关系活动主要内容介绍	围绕公司 2025 年上半年业绩的发展情况，与投资者进行了充分交流，主要内容如下： 一、公司业绩及业务战略简要介绍 1、公司 AI 电商转型时的“新定位” 公司正在从“全域电商运营服务商”向“专家+ AI SaaS 化工具”的 AI 电商服务模式。AI SaaS 化工具是指公司将多年积累的运营经验、数据及技术能力产品化，开发覆盖智能生图、内容生成、投放优化等多场景的 AI Agent（智能体），并致力于未来实现 SaaS 化服务交付。专家团队是指公司强调“人机协同”的核心价值，公司资深运营团队负责驯化、校准 AI 工具，并结合行业知识提供策略与创意，形成差异化服务能力。同时，公司与阿里巴巴集团达成深度合作，成为其首批 AI Agent 生态合作伙伴。公司定位为“最后一公里”，与阿里“干线”形成互补，共同为品牌方提供既高效又个性化的智能解决方案。 2、公司 2025 年上半年业绩亮点 在新战略驱动下，公司上半年业绩增长主要源于三大内在驱动因素： A、通过 AI Agent 应用，显著提升现有存量业务运营决策效率和人效，提升利润率。实现 2025 年上半年管理服务、经销业务、内容电商服务三大主要模块利润率均实现提升。同时，公司运用 AI Agent 应用进行人员结构化调整，公司总员工数较 2024 年末下降 20.7%。通过“优质应届生/实习生+AI Agent”模式优化人员结构，实习生及应届生人数增长 36.1%，基层（P2-P4）员工数量同比下降约 20%。 B、对于部分垂类业务收入开辟了新的增长点：部分 AI 能力（如智能生图工具）已商业化。

C、2025 年上半年，公司持续推动轻资产化运营，优化结构，AI 技术赋能推动运营模式向更健康、可持续发展的方向发展。业务结构中，高毛利的品牌线上管理服务与内容电商服务收入占比持续提升的同时，公司在经销和分销业务的选择上更加聚焦、更加审慎，主动减少了这类重资产业务，截至报告期末，库存商品同比下降约 15%，资金使用效率和抗风险能力增强。

3、公司对于下半年及未来的发展展望

公司的未来发展规划主要有以下三个方向：

A、AI 能力深化：2025 年下半年，重点通过与阿里深度共创及利用“双十一”等大促场景进行数据投喂和验证，加速 AI Agent 的成熟与商用进程。

B、规模提升：预计至 2026 年，随着 SaaS 服务能力的成熟，公司将能够扩大服务品牌规模，推动垂类 AI 业务规模化增长。

C、持续践行轻资产、高毛利的运营模式，目标是构建多元化的品牌管理服务矩阵。

二、投资者提出的问题及公司回复情况

1、请问目前网创在应用和开发的 AI 工具的具体方向是什么？

公司目前 AI 运用和覆盖的场景包括 AI 生图、AI 客服和 AI 推广等。

2、作为“最后一公里”与阿里平台的“干线”，网创在角色和工作差异上有哪些具体表现？

网创作为最后一公里，与平台的干线如阿里进行合作。阿里作为干线提供标准化服务，而网创则在决策层面发挥作用，提供个性化服务。这种合作模式形成闭环服务，结合了感知、决策和执行，最终实现一体化服务。

3、随着 Agent 的出现，网创的收费模型和商业模型是否会发生变化？具体会有怎样的变化？

网创的收费模式可能会分为两类：一是继续提供全链路服务的收

费模式，另一类可能是针对特定业务的单向收费模式，如 SaaS 订阅费或 AI 服务使用费。

4、请问未来毛利率可能提升什么程度？

随着公司在推行轻资产运营、AI 电商等重要战略举措落地，公司预计整体毛利率会继续提升，有望回到 50%，主要依靠管理服务和 AI 的服务。

5、请问未来三块业务的增长情况以及营收占比大概是什么情况？

经销业务占比会持续下降，预计营收占比会持续回落，而管理服务和 AI 的服务的占比会持续增加。

6、请问未来的营收或者业绩的增长主要来自于拓展更多客户还是与现有客户深入合作贡献？

未来的增收增利主要来自于拓展更多品牌和 AI 垂类业务的建设。

7、请问未来 SaaS 化服务的收入情况如何？市场规模有参考吗？预期未来收入或盈利体量如何？

未来 SaaS 化服务将成为标准化服务，各平台会提供不同标准化服务，市场规模庞大。网创拥有更多品牌数据和合作，相对保持领先。

8、请问现在每年在 AI 方面的投入力度是怎麼样的？在 AI 这块应用上的盈利拐点可能何时出现？

公司目前的 AI 投入以自研辅以供应商采买结合，其中采买属于管理费用，同比增长。公司在今年有信心持续增长。

9、请问公司在 AI 工具方面的创收情况？

公司上半年已经实现了一些垂类业务的收入。我们会让客户免费试用我们的 AI 工具，无论是存量客户还是潜在合作客户。这种方式有助于业务增长。

10、我们跟阿里共创的工具具体是哪些？

公司与阿里为互补共生关系。阿里作为平台，提供标准化 AI 工具与数据洞察；公司作为专业的电子商务服务商，基于其工具进行策略决策与落地执行（“决策与执行”），并为效果负责。双方联合开发垂类 SaaS 服务，共同赋能品牌增长。

11、请介绍一下 AI 研发团队情况？

研发团队目前大约有 50 人，人员结构上有 AI 解决方案人员、AI 产品经理等。

12、请问阿里对我们公司的定位及主要关注公司的哪几个方面的优势？

阿里比较关注公司三方面核心能力：一是公司作为天猫平台重要战略合作伙伴，一直保持着共同构建互联网生态合作的模式；二是多年合作中积累的商家数据与多运营场景；三是公司作为阿里生态头部服务商所具备较为领先的品牌服务能力与落地执行力。

13、请问未来品牌客户扩容的预期情况及规模怎么样？

公司 AI 服务能力的提升和普及，将实现对中腰部品牌的服务覆盖，通过“AI 工具+专家服务”模式突破了过去人员规模化扩充带来的服务效果衰减问题，使得公司可以进一步扩充腰部及以下品牌的合作，同时垂类业务合作的增加，也将带来更多品牌的合作。

14、行业内的 TP 服务商都会面临平台方佣金挤压和品牌方 in-house 趋势导致费用挤压的双重困境，公司新的定位是否能打破这一束缚？

公司的新战略定位旨在通过“AI 驱动+专家服务”模式构建核心壁垒。一方面，通过数据多元化与应用场景深化，提供品牌方难以自建的专业化、智能化服务，有效应对 in-house 趋势；另一方面，依托 SaaS 化工具与规模效应，提升服务效率与盈利能力，减弱对单一佣金模式的依赖，实现更可持续的业务增长。

15、请问在 2025 年上半年中报中提到的品类拓张，可以举例说明吗？

公司品类拓张将围绕“AI+消费”方向持续推进。除美妆等优势品类外，已重点布局 AI 驱动的消费电子产品、智能家居设备等新兴品类。例如，公司考虑与 AI 领域的品牌洽谈合作，通过将自身 AI 技术能力与消费场景深度融合，为客户提供更具竞争力的数字化运营解决方案，进一步打开增长空间。

16、请问关于 AI Agent 模型目前的情况以及后续更新迭代速度如何？与各类平台进行合作时，在模型选择上是否有限制？

	公司 AI Agent 目前采用多模型接入架构，已整合包括海外模型在内的多种主流 AI 模型，不依赖单一大模型。系统遵循"人机协同"理念，以辅助决策为核心定位，并非完全替代人工。迭代节奏将围绕业务场景需求持续优化，具体版本计划将根据技术进展及客户反馈动态调整。 17、请问天猫的流量增长是否给核心业务带来了除流量以外的增长？ 会的，天猫流量增长会给核心业务带来更多服务机会和增长机会。
附件清单 (如有)	无
日期	2025-09-04