

AI+商业系列专题

渠道数智化打通堵点，智能产品创新带动新增长点

行业研究 · 行业专题

商贸零售

投资评级：优于大市（维持评级）

证券分析师：张峻豪
021-60933168
zhangjh@guosen.com.cn
S0980517070001

证券分析师：柳旭
0755-81981311
liuxu1@guosen.com.cn
S0980522120001

证券分析师：孙乔容若
021-60375463
sunqiaorongruo@guosen.com.cn
执证编码：S0980523090004

投资摘要



- 2025年随着AI技术的进一步突破，AI+商业应用有望迎来落地。首先，近期国产大模型纷纷迎突破性进展，并呈现具高性能、低成本、场景广泛等特征，为实现商业化突破带来技术支撑。其次，政策端今年以来中央及各地政府多次提出促进人工智能+消费方向的落地，促进新型消费模式的形成。而在传统增长模式遇阻与AI时代的大变革下，消费企业也均有积极尝试布局新技术动力，目前板块企业在AI实际应用主要有两个层面，1) 提效率：促进经营管理降本增效，带动产业链效率提升；2) 创增量：AI消费级产品及服务迎来爆发，为企业打开业务增长新来源。
- **AI+电商产业：**电商业态具有数字化程度高、产业链环节多等特征，通过融合AI技术将带来经营和效率的提升。1) AI+跨境电商：已经在包括语言客服、自动化系统、营销方案及产品分析等方面展开应用，一方面为跨境运营商实现降本增效和优化盈利稳定性，另一方面也为跨境服务平台带来了新服务工具，打开新增长点。2) AI+服务商：国内电商进入存量时代下，AI技术有望为服务商企业提供新的收费模块及工具，并强化品牌客户粘性。
- **AI+创新硬件：**目前消费级AI产品主要为消费电子类的产品，由于这些产品的创新性和前瞻性，在产品渗透率的提升中，也需要专业化的渠道来进行助力。因而也给了垂类专营连锁渠道商新的收入增长来源点。其中AI智能眼镜是目前AI硬件设备中少数已经开始产生规模化产品需求的品类。据WellSenn XR，2024年全球AI智能眼镜销量234万台/+588%。其产业的快速扩容有望为产品供应商及渠道商带来发展新机遇。
- **AI+传统零售：**传统零售近年来面临了量价层面较大的经营压力，AI的应用有望打通传统零售数字化过程中的堵点。1) 用标准化解决管理流程中“人”所带来的不稳定问题；2) 盘活传统的ERP系统及沉淀的数据资产，实现优化解决选品及销售问题；3) 整合为专业AI零售工具实现对外管理输出。
- **投资建议：**2025在多因素催化下，AI+商业有望加速落地，零售板块多家企业已经展开积极布局：1) AI+跨境电商：小商品城（自研AI工具嵌入线上平台）、焦点科技（外贸助手AI麦可等产品）等；2) AI智能设备：博士眼镜（与AI眼镜品牌合作销售）、安克创新（AI技术应用于消费电子产品）；3) AI+传统零售：天虹股份（旗下公司推出百灵鸟AI大模型）、孩子王（AI育儿顾问KidsGPT）等。
- **风险提示：**企业AI产品落后竞争对手被市场淘汰；产品价格战影响企业利润；产品应用难以落地导致前期研发投入无法收回。

附表：重点公司盈利预测及估值

| 代码 | 公司名称 | 投资评级 | 收盘价 02-16 | 总市值（亿元） 02-16 | EPS | | | | PE | | | |
|-----------|------|------|--------------|------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | | | | 2023 | 2024E | 2025E | 2026E | 2023 | 2024E | 2025E | 2026E |
| 600415.SH | 小商品城 | 优于大市 | 12.90 | 707.39 | 0.49 | 0.54 | 0.65 | 0.89 | 15.00 | 23.89 | 19.85 | 14.49 |
| 002315.SZ | 焦点科技 | 暂无 | 48.35 | 153.38 | 1.20 | 1.48 | 1.78 | 2.09 | 27.37 | 32.67 | 27.16 | 23.13 |
| 300866.SZ | 安克创新 | 优于大市 | 109.83 | 583.65 | 3.97 | 3.94 | 4.91 | 5.90 | 22.30 | 27.88 | 22.37 | 18.62 |

资料来源：Wind、国信证券经济研究所整理预测 注：焦点科技为wind一致预期

请务必阅读正文之后的免责声明及其项下所有内容

[01] AI+商业加速落地，从技术投入到商业变现

[02] AI+电商：跨境电商及服务商有望迎来新机遇

[03] AI+创新硬件：智能眼镜有望迎来需求扩容

[04] AI+传统零售：打通数智化堵点，实现降本增效

[05] 投资建议

一、AI+商业加速落地，从技术投入到商业变现

1.1 AI技术迭代更新，更低成本更高效



- 2022年11月OpenAI发布ChatGPT以来，生成式AI应用实现快速破圈，推动了AI在多个领域的应用和发展。此后国内外各大厂商相继发布AI大模型，底层技术的不断完善丰富，也将带动下游的商业应用不断成熟，而商业零售板块也将在此次浪潮中持续受益。
- 而同时近期国产大模型纷纷迎突破性进展，包括百度文心大模型、阿里通义大模型、腾讯混元大模型、字节跳动大模型，以及DeepSeek等国产大模型企业，普遍具备高性能、低成本、场景广泛等特征，且从通用向垂直深耕，实现商业化突破。特别是2025年1月DeepSeek-R1的问世，其单次训练和推理对算力的需求低，因此基于DeepSeek二次训练的成本也更低，有利于企业低成本训练及本地化部署。同时其开源的属性也为企业提供了技术底座，便于各行业基于自身的业务场景搭建垂直应用场景的助手，有望进一步加速AI技术在各消费应用行业的渗透。

图1：多模态x多场景，生成式AI技术无缝嫁接千行百业



表1：主要国产大模型

| 大模型 | 企业 | 特点 |
|----------|------|-------------------------------|
| DeepSeek | 深度求索 | 低成本、开源、推理能力强等 |
| 豆包 | 字节跳动 | 视觉理解、语言交互能力强、自主生产数据、低训练和推理成本等 |
| Kimi | 月之暗面 | 超长文本处理、多场景应用、多语言对话等 |
| 通义千问 | 阿里云 | 视觉理解、特色文档解析、长文本处理等 |
| 混元 | 腾讯 | 文字、图像、视频生成、文本解析等 |
| 文心一言 | 百度 | 知识搜索、跨模态、跨语言的深度语义理解与生成 |
| 星火大模型 | 科大讯飞 | 推理解析、支持对话、写作、编程等功能 |
| 盘古大模型 | 华为 | 多领域覆盖的子模型、行业定制方案 |

资料来源：各企业官方微博、官网、国信证券经济研究所整理

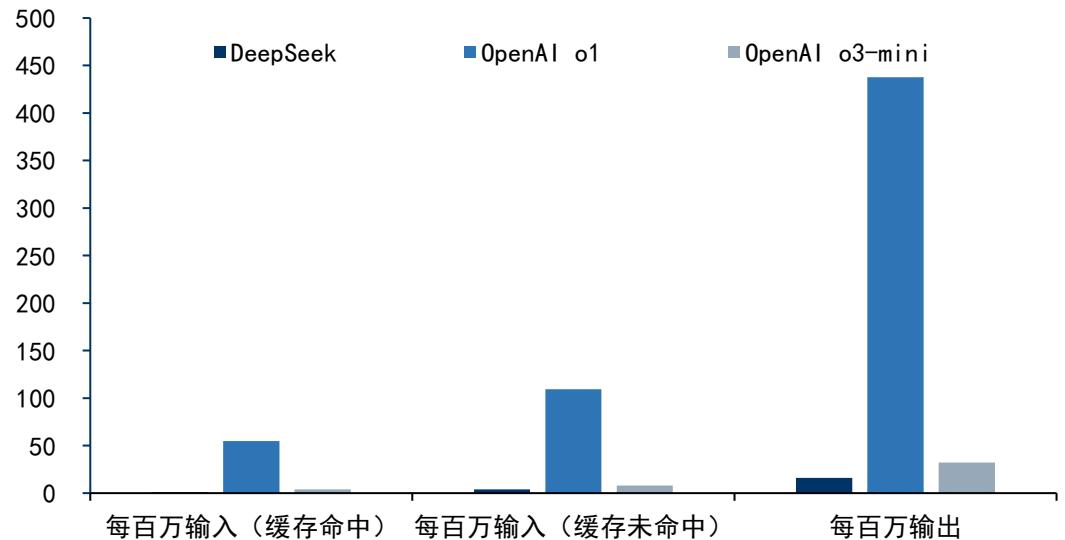
资料来源：量子位，腾讯研究院，甲子光年，国信证券经济研究所整理

1.1 AI技术迭代更新，更低成本更高效



- 以DeepSeek为例，其优势在于：一是开源，提升企业应用的可得性，进行二次开发和应用。二是低推理成本，基于DeepSeek二次训练的成本也更低。根据DeepSeek公开的数据，其V3预训练成本仅557.6万美元（不包括与架构、算法或数据相关的先前的研究或精简实验的成本），远低于国际上主流模型的训练成本。其DeepSeek-R1深度推理模型API服务定价为每百万输入tokens1元（缓存命中）/4元（缓存未命中），每百万输入tokens16元，相较于ChatGPT更具价格优势，甚至仅为OpenAI-o3 mini价格的一半。
- 当前不少零售相关企业已宣布接入DeepSeek，如若羽臣经由阿里云，正式接入DeepSeek大模型，在运营决策、内容营销、客户服务、创意设计等多个业务领域投入使用；汇通达旗下“千橙云 SaaS+”平台接入DeepSeek，在数字化管理、营销服务等领域助力升级；多点数智2月6日宣布AI产品接入DeepSeek并完成本地化部署，加速推进AI在零售领域的广泛推广应用。

图2：DeepSeek和ChatGPT价格对比



资料来源：DeepSeek官网、OpenAI，国信证券经济研究所整理

表2：零售相关企业接入DeepSeek情况

| 企业 | 接入DeepSeek情况 |
|-------|--|
| 汇通达 | 旗下“千橙云SaaS+”平台已全面接入DeepSeek，实现“数字化管理”“智能化服务”“营销服务”“供应链优化”“全渠道经营拓展”等技术能力的全面升级 |
| 若羽臣 | 经由阿里云，正式接入DeepSeek大模型，在运营决策、内容营销、客户服务、创意设计等多个业务领域投入使用 |
| 多点数智 | AI产品接入DeepSeek并完成本地化部署，加速推进AI在零售领域的广泛推广应用 |
| 值得买 | 已经接入DeepSeek的模型产品，探索其在内容生成、办公辅助等场景中的应用 |
| 阿里国际站 | 全流程AI外贸产品已接入 DeepSeek-R1 模型，用于提升外贸生意的推理能力，覆盖商品托管运营、客户自动接待、全球市场智能营销等核心环节 |
| 小商品城 | 小商AI、小商视创等AI应用接入DeepSeek |

资料来源：各公司公告、Chinagoods、国信证券经济研究所整理

1.2 企业积极应变拥抱AI，政策推动AI+消费落地



- **企业端**，在AI时代的大变革下，均在积极借助人工智能推动企业发展。前期由于AI产品的成熟度有待提升，同时产品使用成本相对较高，并未能完全体现出应有的优势，但随着前文所述的更高性能、更低成本和更丰富场景的国产大模型爆发，有望进一步刺激相关企业的尝试意愿和布局诉求。
- **政策端**，今年以来中央及各地政府多次提出促进人工智能+消费方向的落地。2月10日国务院总理李强主持召开国务院常务会议，研究提振消费有关工作，提及支持新型消费加快发展，促进“人工智能+消费”。此前在1月24日的国新办发布会上，商务部副部长盛秋平也提到推动“人工智能+消费”，发展数字消费、绿色消费、健康消费。1月安徽省商务厅宣布将在2025年实施“人工智能+消费”新型消费培育工程，旨在通过数字技术的赋能，促进新型消费模式的形成，带动经济的可持续发展。

表3：促进人工智能+消费的相关政策和内容

| AI+消费政策内容 | 部门 | 时间 |
|--|---------------|------------|
| 强化消费品牌引领，支持新型消费加快发展，促进“人工智能+消费”、健康消费等，持续打造消费新产品新场景新热点 | 国务院常务会议 | 2025年2月10日 |
| 推进首发经济、银发经济、冰雪经济，推动“人工智能+消费”，发展数字消费、绿色消费、健康消费 | 国务院新闻办公室新闻发布会 | 2025年1月24日 |
| 实施“人工智能+消费”新型消费培育工程，旨在通过数字技术的赋能，促进新型消费模式的形成，带动经济的可持续发展 | 安徽省商务厅 | 2025年1月 |

资料来源：国务院、安徽省商务厅、国信证券经济研究所整理

1.3 AI+在商贸零售板块的应用方向及领域



- 整体来看，AI+在零售板块中的应用可以分为“创增量”和“提效率”两大方向。
- “AI+”促进渠道运营降本增效，带动整体商业模式升级。近几年随着国内线上线下渠道红利的逐步消减，以及竞争加剧下运营成本的提升，使得大部分渠道和平台企业均出现了不同程度的业绩下行压力。而借助A生成式AI相关技术潜在的强大数据分析和深度学习能力，将帮助利用企业海量数据进行精细化运作，并解放人力资源成本，实现企业运营效率的提升，以及盈利水平的增厚。目前AI+的相关技术主要已开始应用于人工智能选品、图文和视频广告素材制作/广告语智能输出、广告智能投放、智能客服回复等方面。
- AI创新产品迎来爆发，为企业打开业务增长新来源：1) 新产品：一系列消费级AI+硬件产品，AI眼镜、AI手机等。这种创新产品的往往需要专业化的渠道在营销展示和售后等层面助力实现渗透率的快速，也为传统专营零售商带来新的收入来源；2) 新服务：传统运营服务商借助AI工具赋能下游客户，实现创收服务 一方面可以通过此类服务强化C端或B端客户的粘性，另一方面也可以实现收入端的新增长点。

图3：AI技术在各板块的应用逻辑

| 产业方向 | 对应板块 | 受益逻辑 | 相关标的 |
|---------|--------|----------------------------|-------------------------------|
| AI+电商 | 跨境电商 | AI赋能跨境产业链各个环节实现降本增效和新增长点获取 | 小商品城、焦点科技、安克创新、华凯易佰、赛维时代、三态股份 |
| | 服务商 | AI为线上服务商提供更为丰富的B端服务工具强化粘性 | 青木科技、若羽臣、值得买、壹网壹创、丽人丽妆等 |
| AI+传统零售 | 百货商超 | 打通传统卖场百货数字化堵点提升经营效率及单客价值 | 天虹股份等 |
| | 垂类零售商 | 母婴、家居、眼镜等垂直品类零售商借力开展精细化服务 | 居然智家、孩子王等 |
| AI+硬件创新 | AI智能眼镜 | AI眼镜已处于爆发节点相关产品及渠道商有望迎来机遇 | 博士眼镜、康耐特光学等 |
| | 其他智能设备 | AI手机、挂件、耳机等亦有望迎来爆发带动相关产业链 | 安克创新、绿联科技等 |

资料来源：国信证券经济研究所分析整理

请务必阅读正文之后的免责声明及其项下所有内容

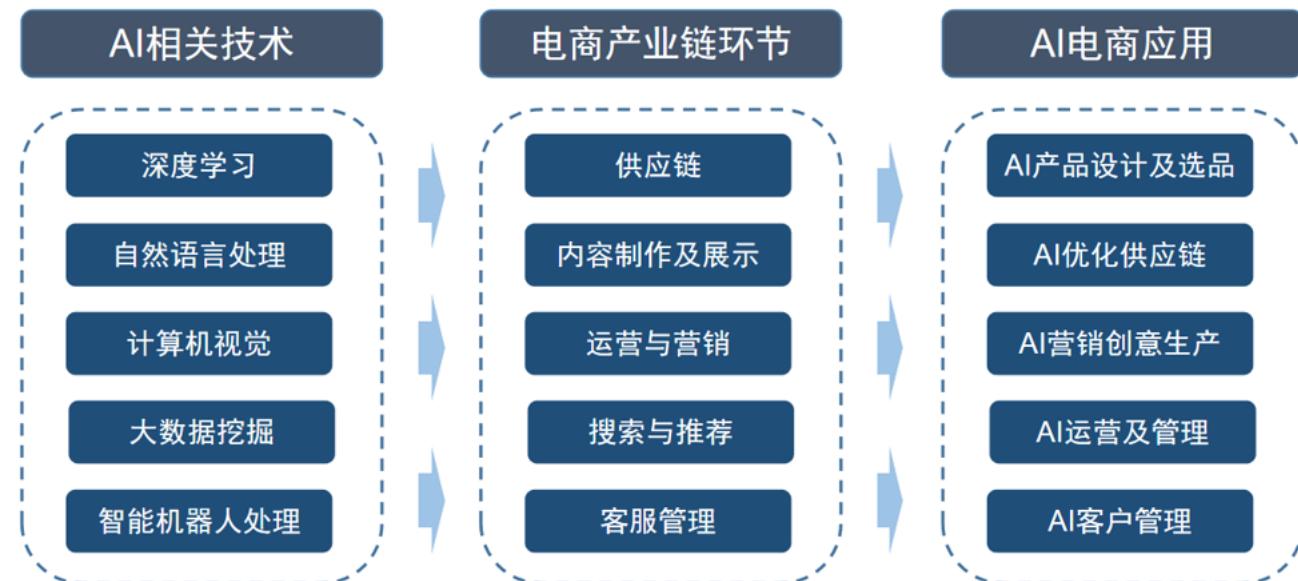
二、AI+电商：跨境电商及服务商 有望迎来新机遇

2. 1 AI+电商：应用场景广，助力全产业链效率提升



- 电商领域对于AI技术而言是最大的应用场景之一：作为数字化程度最高的商业形态，同时属于产业链长、参与方多、信息呈现形式丰富、数据量和市场规模十分庞大的行业，电商产业与AI技术的融合将对产业参与各方带来经营和效率的提升。而经过两年多的国内外重要玩家探索和布局，AI大模型对电商产业链的赋能有望逐步显现效果。
- 从产业链环节来看，如下图所示，AI的相关技术对行业中的供应链运营、内容营销、日常运营管理以及售前售后的客服管理都有赋能融合点，有望优化整个产业链的运营效率。
- 从细分板块来看，目前AI在跨境电商环节应用已较为广泛，主要系跨境电商产业链相对更长，且各环节的不确定影响因素较多，运营能力的差异对企业盈利影响较大。此外作为衔接品牌与平台的电商代运营服务商也将提供新的运营工具以增强客户粘性和开拓新增长点。

图4：AI电商的应用及落地



资料来源：亿欧智库、国信证券经济研究所整理

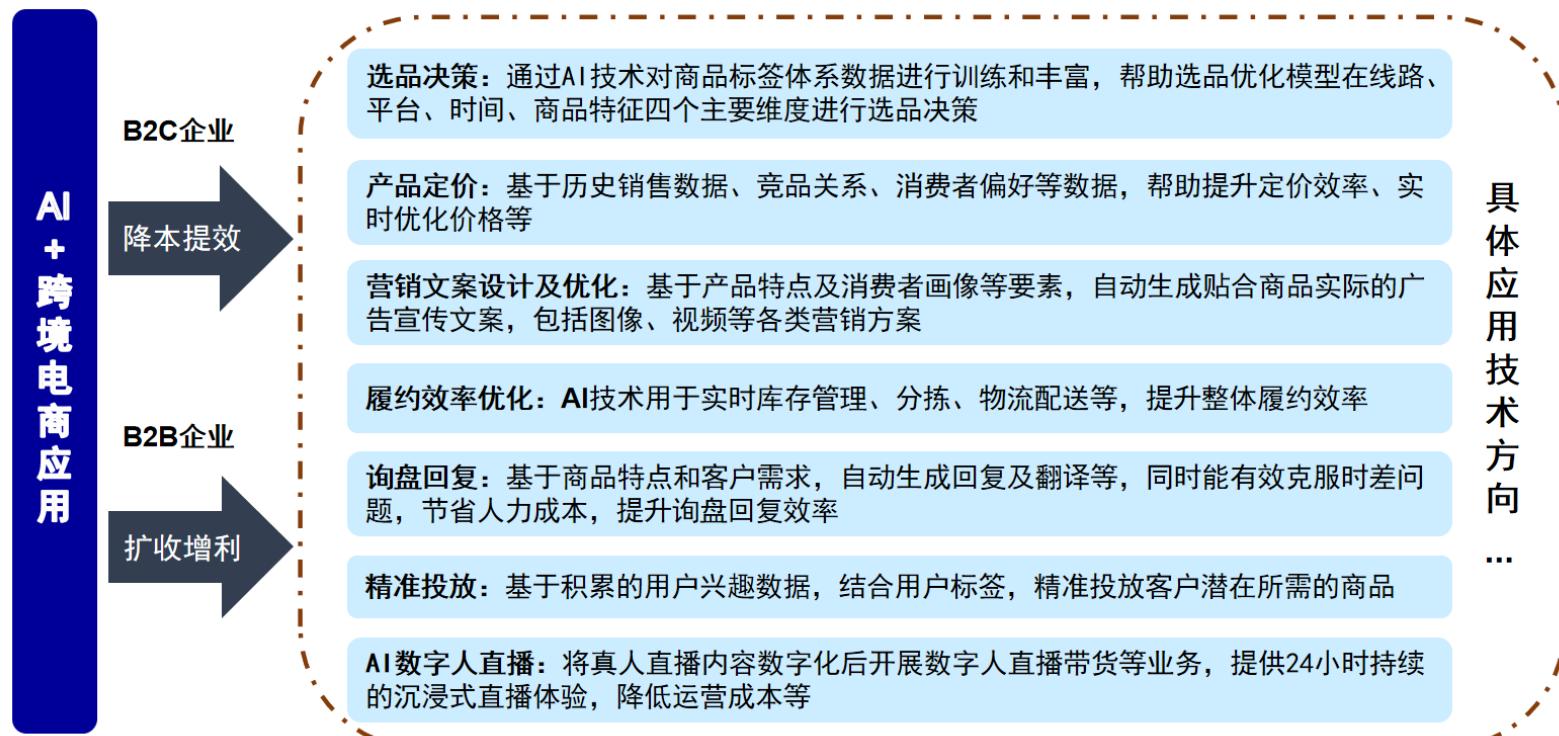
请务必阅读正文之后的免责声明及其项下所有内容

2. 2 AI赋能跨境电商，新技术带来新机遇



- AI应用与跨境电商行业的发展要素形成了有效契合。1) 对于跨境电商B2C企业而言，将有助于企业实现降本增效；2) 对于跨境电商B2B平台型企业而言，提供AI工具包服务亦可以实现业务增收。
- 从目前情况来看，AI技术在跨境电商领域的应用可以包括语言翻译、推荐系统、货物检测、自动化客服、营销策略方案及产品分析等多方面：例如AI技术可以根据产品特点及消费者画像自动生成产品的营销广告方案，节省创作时间和人力成本；根据市场供需关系辅助经营者进行产品定价；通过对历史交互数据的分析和挖掘，发现用户偏好、购买习惯和市场趋势，从而优化电商平台的营销策略和产品设计等。

图5：AI技术在跨境电商领域的应用方向



资料来源：吉宏股份、焦点科技、国信证券经济研究所整理，国信证券经济研究所整理

请务必阅读正文之后的免责声明及其项下所有内容

2.2 跨境电商企业已逐步布局，提升经营效率和增厚业绩



- 具体应用布局看，国内多家跨境电商企业已在AI技术领域进行探索：
- 1) B2C企业来看：华凯易佰拥有自研算法AI模型（小易AI），其智能图片合成功能减轻了美工团队工作量，确保了图片制作的准确性和一致性，释放美工的潜能。此外，公司AI技术也应用于智能文案、智能客服、智能采购等业务环节。安克创新研发产品多涉及AI语音、AI图像识别、智能情景交互式计算等。三态股份除了借助AI技术降本增效外，2024年开始探索AI新业务“睿观—跨境电商知识产权合规检测AI SaaS软件”，帮助跨境电商卖家降低合规风险识别成本，显著提高审查的准确性和效率。
- 2) B2B企业来看：小商品城推出5款AI自研产品，涵盖智能翻译、视频生成、商品发布等。截至2024上半年，已有1.7万用户深度体验小商AI系列，助力市场经营户实现业务的数字化升级。焦点科技作为外贸B2B全链路服务企业，率先落地了AI外贸助手“麦可”，且不断迭代更新，2024年11月升级至4.0版本，实现从“AI外贸助手”向全流程“AI外贸能手”的跃升，实现市场洞察、营销文案撰写、SEO优化、询盘解析、撰写开发信等多项智能服务，为公司打开新的业务增量。

表4：跨境电商企业在AI领域的布局案例

| 类型 | 公司 | AI领域布局 |
|-------|-------|---|
| B2B企业 | 焦点科技 | 发布AI外贸业务助手“麦可”，成立AI事业部以及推出AI独立平台，为外贸商家赋能。2024上半年AI产生收入1130万元 |
| | 小商品城 | 推出AI自研产品，涵盖智能翻译、视频生成、商品发布等。截至2024上半年，已有1.7万用户深度体验小商AI系列，助力市场经营户实现业务的数字化升级。 |
| | 阿里国际站 | AI外贸产品“生意助手”，帮助商家实现商品托管运营、客户自动接待、全球市场智能营销以及合规风险实时检测等。全流程AI外贸产品已接入DeepSeek-R1模型，用于提升外贸生意的推理能力 |
| B2C企业 | 安克创新 | 与亚马逊云科技携手建立联合创新实验室，在智能广告投放等领域展开合作，优化广告展示效果，效率提升30%以上；此外利用Amazon SageMaker工具，帮助更好地实现产品规划决策、产品质量优化、销售运营优化和营销投放策略优化等 |
| | 华凯易佰 | 拥有自研算法AI模型（小易AI），智能图片合成功能为美工降本增效；AI技术也应用于智能文案、智能客服、智能采购等业务环节 |
| | 三态股份 | 2024年开始探索AI新业务“睿观—跨境电商知识产权合规检测AI SaaS软件”，帮助跨境电商卖家降低合规风险识别成本，显著提高审查的准确性和效率 |

资料来源：各公司公告、国信证券经济研究所整理

2. 2 AI+跨境电商海外案例：亚马逊布局AI提升平台服务能力



- 亚马逊作为全球领先的跨境电商平台型企业，积极利用人工智能技术赋能跨境电商运营的各个环节：例如在1) 选品环节，亚马逊为平台卖家提供官方选品工具“商机探测器”和“选品指南针”，借助亚马逊大数据分析和AI算法，提供定制化的动态选品推荐，赋能商家高效开发新选品。2) 在营销和运营方面，公司正在开发AI广告工具，帮助商家生成用于在平台上开展广告活动的照片和视频，未来有助于实现公司广告业务的多元化。3) 在物流和仓储方面，亚马逊也致力于通过人工智能提高物流运送效率，如AI绘制和规划配送路线，将天气等变量考虑进物流配送规划等。
- 对于亚马逊的B2C企业客户而言，这些技术的应用有效帮助其实现了运营效率提升，如安克创新2024年3月与亚马逊云科技携手建立联合创新实验室，在智能广告投放等领域展开合作，优化广告展示效果，效率提升30%以上；此外利用Amazon SageMaker工具，帮助其更好地实现产品规划决策、产品质量优化、销售运营优化和营销投放策略优化等。

图6: Amazon Bedrock的主要使用案例



资料来源：Amazon云科技官网、国信证券经济研究所整理

请务必阅读正文之后的免责声明及其项下所有内容

表5: 亚马逊官方选品工具“选品指南针”亮点

| 解决方案 | 卖家痛点 | 产品亮点 |
|---------------|----------------------|--|
| 类目分析 | 优化产品时缺乏足够的数据支撑 | 新增细分类目不同价格区间转化率、退货原因分布、每日平均广告支出、不同时段流量和销量等关键指标。 |
| | 不了解感兴趣的类目是否新手友好 | 提供细分类目新品牌数量和新ASIN数量，帮助卖家了解新品友好度。 |
| 全球商品需求 | 难以提前了解其他站点情况 | 自有解锁美国站、英国站、德国站和日本站四个站点的类目节点信息。 |
| | 被推荐的商品缺乏足够的推荐理由，数据不足 | 提供被推荐产品过往一年、三个月、一个半月及一周的搜索量、点击量、热门搜索词，帮助卖家全面分析商品需求量。 |
| | 不了解消费者的真实评论反馈 | 提供客户评论洞察分析，帮助卖家了解消费者的真实评论反馈，更好地优化产品。 |

资料来源：Amazon官网、国信证券经济研究所整理

2.2.1 小商品城：综合性数字外贸服务商，自研AI产品打造新业务增长点



- 公司在2020年构建线上贸易服务平台Chinagoods，开启从传统物业经营企业向综合外贸服务商转变，积极拥抱AI等数字化技术推广改革。具体包括：1) 2023年10月，发布了全国首个商品贸易领域的大模型，与人民网、腾讯、百度、清华大学等机构达成战略合作，构建百人AI研发团队，智慧模型涵盖AI对话、AI生成商品详情、AI一键生成视频、AI数字人等。2) 自研发布AI工具，嵌入Chinagoods平台，助力商家运营，2024上半年推出5款自研AI产品，涵盖智能翻译、视频生成、商品发布等功能。从实际效果看，公司通过对商家的回访分析和数据统计，使用AI产品后的3个月内，市场商户的平均询盘量增长了30%以上，订单量也增长了15%以上。
- 此外，公司AI业务已产生实际的业绩贡献：截止2024上半年，Chinagoods平台已有1.7万用户深度体验小商AI系列。Chinagoods平台2024上半年实现GMV450亿元，同比增长40.6%，其经营主体义乌中国小商品城大数据有限公司2024上半年实现净利润7279.37万元，同比增长56.89%。虽从业绩贡献看，Chinagoods目前占比仍较低，但对于公司向全球综合贸易服务转型至关重要。

图7：Chinagoods贸易平台服务功能



资料来源：Chinagoods官网、国信证券经济研究所整理

图8：Chinagoods平台的部分AI应用



资料来源：小商品城公告、国信证券经济研究所整理

2. 2. 2 焦点科技：自研四大AI外贸产品，以增值服务提升客户付费意愿和粘性



- 公司主营全链路综合外贸B2B服务，以中国制造网（Made-in-China.com）为核心，为双方国际贸易的达成提供一站式解决方案，收入来源主要系会员服务费和增值服务收入。其早在2023年4月25日便发布了AI外贸助手“麦可”，并持续迭代升级，至2024年11月升级至4.0版本，能完成整个外贸工作流的自动规划与执行，向AI Agent升级。公司也成立了独立的AI事业部，并推出系列产品，Sourcing AI、Mentarc及Moli AI，覆盖外贸全链路服务及独立站运营。
- 据公司公布的数据，经AI麦可4.0优化后，相关产品曝光量相比老版本提升了21.5%，为企业推广和销售创造了更有利的条件；供应商回复买家的平均时长从21分钟大幅缩短至45秒，增强了沟通时效，利于生意留存。

图9：焦点科技旗下四大跨境电商AI产品矩阵



AI麦可是中国制造网平台的AI助手，依托20多年的外贸推广经验沉淀，实现AI技术首次在外贸B2B领域的综合应用，已帮助6000+企业实现店铺运营全自动化



“焦点领动”独立站AI助手，为跨境贸易企业网站运营人员提供有价值的网站内容参考信息和建议，提高网站运营人员网站内容创作和运营效率。



SourcingAI

全球买家的采购助手，提供高效智能的采购体验。包括：智能筛选器，辅助您的采购决策；快速报价，简化与供应商的沟通；定制推荐，匹配您需要的产品和供应商



Mentarc以AI Agent的方式为全球分销商和跨境电商商家解决选品、货源查找、店铺运营等多方面的难题

资料来源：焦点科技官网、国信证券经济研究所整理

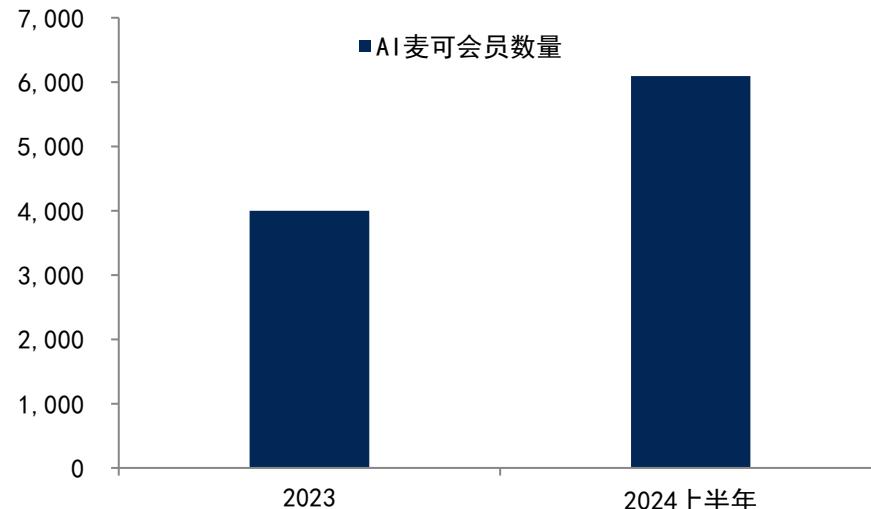
请务必阅读正文之后的免责声明及其项下所有内容

2.2.2 焦点科技：领先布局AI外贸助手，以增值服务提升付费意愿和粘性



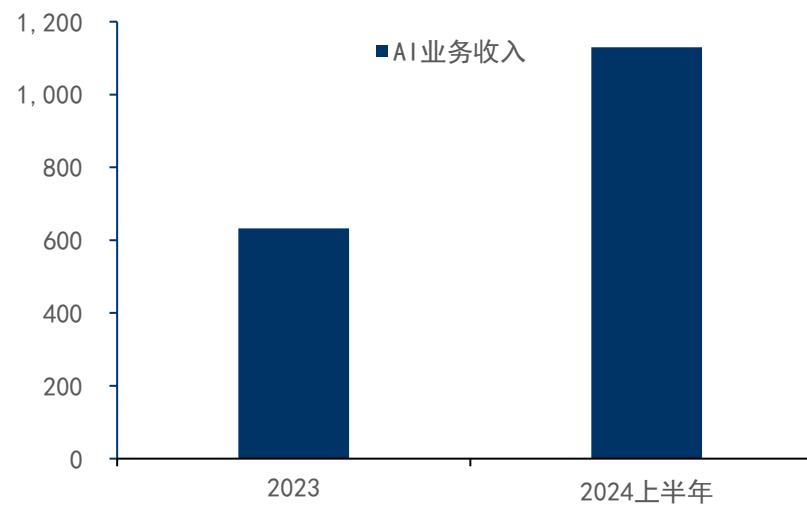
- 公司AI麦可的轻量版以产品发布、翻译和回复的相关功能为主，专业版则覆盖产品发布、素材处理、内容生成及拓客等。未来公司计划进一步强化老用户对专业版的复购和消费粘性，并且以轻量版的产品吸引新用户。收入贡献看，公司AI业务2024上半年1130万元，占总收入的比重为1.43%。截至2024上半年，购买AI麦可的会员共6095位（不含试用体验包客户），较一季度末增加1454位。而中国制造网平台收费的会员数位2.57万位，意味着公司AI产品仍有较大的渗透空间。
- 总体上看，公司AI产品目前收入贡献虽然有限，但公司未来的成长核心在中国制造网客户数量的增长及客户平均ARPU值的提高，而AI工具则有助于吸引用户和提升用户的粘性。公司未来将继续：1) 公司持续重视新客户开发工作，以更多的增值服务，包括AI助手吸引跨境电商卖家入驻平台；2) 丰富平台的产品和丰富度，形成以展示+交易+物流等服务为主全链路外贸综合服务。

图10：焦点科技AI麦可的会员数量（位）



资料来源：焦点科技公告、国信证券经济研究所整理

图11：焦点科技AI业务收入（万元）



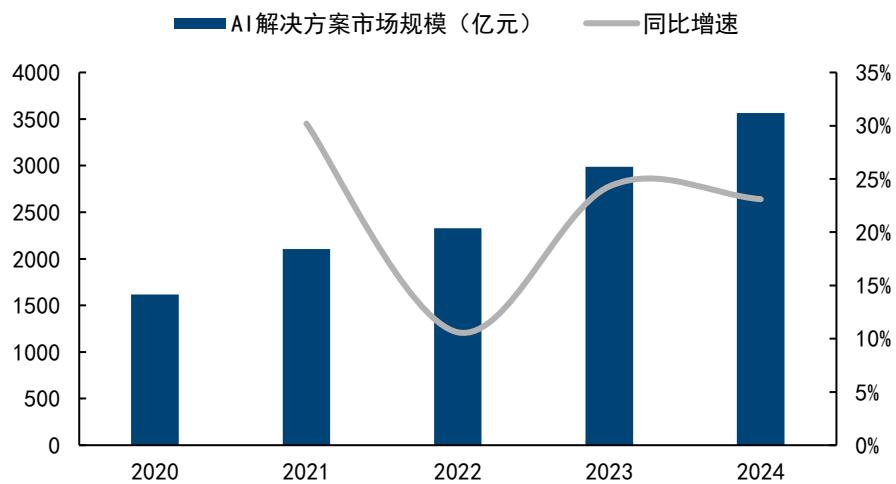
资料来源：焦点科技公告、国信证券经济研究所整理

2.3 电商服务商叠加AI赋能，有望迎来服务端新工具



- 从国内电商的发展来看，随着电商行业整体进入存量时代，用户需求从通用化转向个性化，AIGC通过自动生成与分发全链路电商商品内容，有望帮助商家开拓新的商业化空间，带来新的用户流量。
- 作为衔接电商平台与品牌方的线上代运营服务商企业，其主要职能主要在于1) 客户服务：对品牌线上消费者售前售后提供服务，提升对消费者满意度及品牌忠诚度；2) 店铺管理：帮助品牌方开店及店铺日常运营，负责与平台沟通等；3) IT解决方案：提供ERP及CRM系统等，用以对接客户系统、物流系统等；4) 仓储物流：提供仓库，以及货品物流配送服务等；5) 营销服务：品牌服务商提供多渠道创意策划、设计制作等方面的服务，为品牌商产品提供流量支持；2) 品牌咨询：品牌服务商通过终端掌握的消费者数据分析，指导品牌定位、选品、设计、改进研发等，帮助品牌商实现对新品牌进行孵化、成熟品牌重塑。
- 而利用成熟的AI技术可以为企业提供运营环节的解决方案服务，包括推荐引擎、智能客服、供应链优化和提供大数据分析、处理和管理服务，协助中小品牌获取和分析大量的用户数据。

图12：国内提供AI解决方案服务的市场规模变化



资料来源：艾媒咨询、国信证券经济研究所整理

图13：代运营商的主要职能中均可嵌入AI工具



资料来源：公司公告、国信证券经济研究所整理

2. 3 AI+电商服务商，提升代运营服务能力



- 如前文所述，对于电商服务商企业而言，AI工具同样可以在营销、店铺运营、会员服务等方面进行赋能。例如AI工具将深度学习消费者的购物偏好等数据，优先展示其感兴趣的商品、推送商品信息，以提升消费者的购买意愿及终生价值。
- 1) 青木科技：2023年将数据中台结合AI技术进行了升级，开发了“青木青灵”，在电商运营服务的客服环节、设计环节、店铺运营环节等进行应用。2024年进一步升级，加大AI技术技术投入、建立内部AI应用市场，助力员工提效；应用端也进一步提高了智能化程度。
- 2) 若羽臣：借助AI等技术应用，公司开发出一系列营销辅助工具，如与品牌特性及应用场景相匹配的线上互动模拟体验环境，极大提升了消费者购物体验。若羽臣最近也经由阿里云，正式接入DeepSeek大模型，在运营决策、内容营销、客户服务、创意设计等多个业务领域投入使用。

图14：青木科技AI技术的应用领域



推出基于青灵AI的青灵客服智能助手：具有自动分析用户意图，自动匹配客服处理流程，自动获取消费者画像和生成销售话术等功能



设计团队可以一键拉通商品信息、运营数据、竞品图片等各种数据资源，一键发布或更新设计输出



商品及图库管理与上新平台，具备图片自动识别、自动打标、自动套版、自动上新、自动监控等能力



允许进行各类文档的AI伴和AI处理，青灵AI中台将成为全公司知识、技能、灵感、数据共享的智能化数字化全能助手

三、AI智能硬件创新带来消费级产 品新增量

3.1 AI硬件设备创新迭代，消费级产品层出不穷



- AI硬件创新正在广泛落地，通过AI大模型赋能，正快速颠覆传统消费电子市场。目前来看，AI的消费级产品主要涉及AI手机、AI耳机、AI眼镜、AI音箱、AI机器人玩具等。而主要功能则覆盖实时对话翻译、AI语音导航、AI语音互动、AI助理等。
- 虽然AI类的产品主要为消费电子类的产品，但由于这些产品的创新性和前瞻性，在产品渗透率的提升中，也需要专业化的渠道来进行助力。因而也给了垂类专营连锁渠道新的收入增长来源点。而在这一过程中，这些垂类渠道运营商一方面需要承担教育消费者，包括演示和宣传这些品类的职能；另一方面需要提供一定的配套产品服务，使消费者产生持续的复购和二次配套消费需求。

图15：部分消费级AI产品一览



AI手机
普及度最高的端侧产品。内置独立神经网络计算单元，且可加载深度学习AI功能的智能手机，由底层操作系统驱动，AI大模型提供各类交互能力。



AI耳机
在市场上具有受众上的普遍性、硬件上的兼容性。同时相对于手机、PC，技术门槛上却又没有如此高，对于企业而言是一个可以尝试破圈的品类。



AI眼镜
2024年初创公司热门项目，已有成功爆款产品的案例：Ray-Ban Meta破百万台销量。同时与AI大模型的结合，增强端侧交互能力，带来更多的场景增量。



AI挂件
部分为原生AI产品，在设计之初就将AI作为核心技术，充分利用AI的智能优势以产生更好的语音交互，代表性的产品包括Ai Pin和Rabbit R1

资料来源：VR陀螺、国信证券经济研究所整理

3. 2 智能眼镜技术迭代，销售规模稳步增长



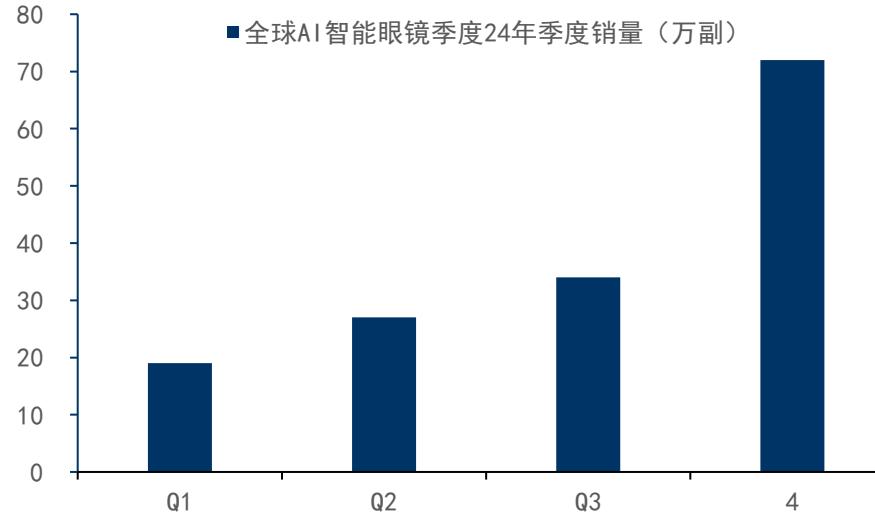
- AI智能眼镜：从2012年首款AR眼镜Google Project Glass诞生至今，智能眼镜已走过12年岁月。其技术也历经多次迭代，从一个小众市场逐步实现了质的飞跃，也是AI硬件设备中少数已经开始产生规模化产品需求的品类。据Wellenn XR，2024年全球AI智能眼镜销量234万台/+588%，Q4因传统销售旺季+国内外厂商密集发布新品催化，销量占比较高，其中主要来自Meta-RayBan。而国内厂商目前也陆续发布了诸多AR+AI的眼镜产品，如雷鸟创新的雷鸟X2、星纪魅族的StarV Air2、Even Realities G1等产品。
- 相对于此前的AR眼镜设计，AI眼镜功能主要聚焦于视、听领域，并增加了个性化的AI助手。因此一方面，其产品更加轻薄且更加贴近日常生活场景，且佩戴舒适感有所提升，有助于降低消费者使用门槛；另一方面，通过AI大模型强化影像以及语音等交互功能，进一步融合人体的视觉、听觉及语言等交互方式，有望成为AI技术落地的最佳硬件载体之一。

图16：AI智能眼镜的发展历程



资料来源：艾瑞咨询、国信证券经济研究所整理

图17：全球AI智能眼镜季度销量（万副）



资料来源：公司公告、国信证券经济研究所整理

3.3 博士眼镜：渠道承接AI眼镜红利，产品端参与AI眼镜研发



- 博士眼镜作为国内头部眼镜渠道商，截至2024年6月30日，共有530家门店。其智能眼镜的布局一方面就是体现在渠道销售，承接智能眼镜产品红利：公司早在2019年与华为建立合作关系，成为其智能眼镜产品在线下眼镜零售渠道的独家合作商；近年来又与业内头部智能眼镜品牌星纪魅族、李未可、雷鸟创新、ROKID建立了稳定合作关系。公司为消费者提供光学+智能眼镜一站式验配服务，截至2024年10月底已在全国100家线下门店铺设智能眼镜专柜。
- 另一方面，公司与智能眼镜品牌方合作，成立合资公司，共同参与研发等。如2024年8月与智能眼镜企业雷鸟创新签订合作协议，双方成立合资公司，博士眼镜出资300万元，持股20%。合资公司计划研发拍摄眼镜、音频+AI眼镜第一代产品，并通过授权收费形式获得收入，博士眼镜主要负责线下渠道销售和推广，参与产品研发设计，并对产品、渠道、营销等关键策略有共同决策权。到2025年1月，雷鸟创新公布了与公司联合研发的雷鸟V3 AI拍摄眼镜，定价1799元，可实现高清拍摄、音频和智能AI等功能。

图18：博士眼镜已合作的智能眼镜品牌



资料来源：博士眼镜公告、国信证券经济研究所整理

请务必阅读正文之后的免责声明及其项下所有内容

图19：雷鸟V3 AI拍摄眼镜



资料来源：雷鸟京东旗舰店、国信证券经济研究所整理

3. 4 康耐特光学：树脂眼镜镜片制造商，智能眼镜加速布局



- 公司主营树脂眼镜镜片制造，按2020年树脂眼镜镜片产量计算，是国内第一大厂商，且产品覆盖全球90个国家。从AI眼镜布局方面看，主要体现在：1) 2024年已成立XR（拓展现实）研发和服务中心，分别从技术端和市场端为潜在精密光学业务提供支持和服务。2) 在泰国购置土地，用于建造自动化生产线，以供XR产品配套镜片的生产和加工。3) 外部合作：引入智能硬件企业歌尔股份作为战略股东，配售所得款项将用于智能眼镜和XR头戴设备的镜片和视觉解决方案的研发、设计和制造。以及公司已与全球多家科技头部企业在XR产品领域合作，并根据签署的采购订单，已陆续收到研发费用和订单款项。
- 此外，公司2024年11月发布了股权激励计划，进一步激发员工工作积极性。公司拟将1193万股限制性股份作为股份奖励授予激励对象，约占公司发行股份总数的2.8%。计划的绩效指标条件为，2025/2026/2027年公司应占净利润增长率不少于21%/17%/15%。

表6：康耐特光学在智能眼镜方面的布局动作

| 公告时间 | 事项 |
|-------------|--|
| 2024年9月30日 | 成立了XR研发和服务中心，分别从技术端和市场端为潜在精密光学业务提供支持和服务，并加强本公司对产品于XR光学上之技术应用的研发 |
| 2024年12月10日 | 与全球多家科技头部企业在XR产品领域合作，并根据签署的采购订单，已陆续收到研发费用和订单款项 |
| 2024年12月12日 | 在泰国购置土地，用于建造自动化生产线，以供XR产品配套镜片的生产和加工 |
| 2024年12月23日 | 引入智能硬件企业歌尔股份作为战略股东，配售所得款项净筹 8.28 亿港元，将用于智能眼镜和XR头戴设备的镜片和视觉解决方案的研发、设计和制造 |

资料来源：康耐特光学公告、国信证券经济研究所整理

3.5 其他AI+智能硬件布局的企业：安克创新、绿联科技



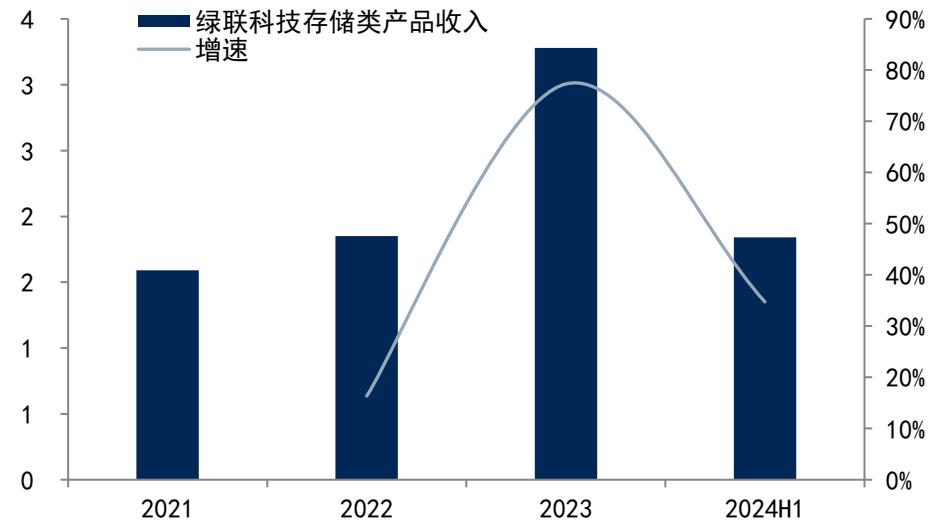
- **安克创新：**公司作为领先的消费电子出海企业，2024年前三季度收入/归母净利润增速分别达到39.56%/21.29%。公司在充电类领域做到全球领先的市场地位，近年来在储能、智能安防、智能耳机等领域也实现快速增长。在AI布局方面，公司将AI技术广泛应用于安防、耳机和清洁类产品中。研发投入基于多模态自学习架构的家庭安防AI系统，用于开发智能家用安防摄像头相关系列产品；自主研发AI算法，针对不同应用场景自我进化，开发大脑端实现数据存储，小脑端实现数据采集。
- **绿联科技：**公司从事3C消费电子产品的研发、设计、生产及销售，在2025年全球消费电子展上推出全球首款内置大型语言模型的AI NAS（网络附属存储）——iDX6011系列，支持AI对话；通过集成的AI算法，绿联AI NAS能够自动分类和整理数据，提高数据检索的效率。此外，公司早在2023年便与英特尔展开战略合作，共同推动AI技术与NAS设备的融合。

图20：安克创新带360全景AI追踪的产品eufy 4G LTE Cam S330



资料来源：eufy官网、国信证券经济研究所整理

图21：绿联科技存储类产品收入及增速（亿元、%）



资料来源：绿联科技公告、国信证券经济研究所整理

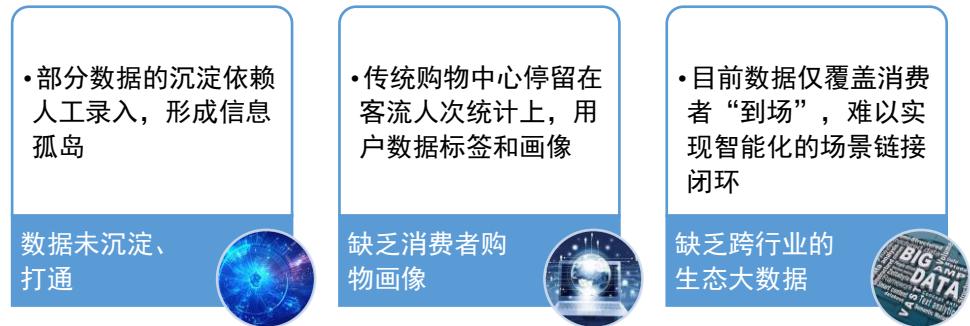
四、AI赋能传统零售企业提质增效

4.1 AI赋能传统零售，有望助力打通数智化堵点



- 传统线下零售企业，近年来面临了较大的经营压力，一方面渠道客流受到线上业态的分流影响严重，另一方面消费力承压对价格端也带来了较大的压力。因此如何借助数字化的技术提升效率，激发商业活力成为了许多传统零售的破局路径选择。早在2016年开始传统线下零售就在互联网平台的新零售改造下尝试布局数字化，但总体而言，传统零售商在数字化转型道路上存在一些不足，如部门之间有限的数据未实现打通、分析；消费者数据停留在客流量统计上，缺少对用户图谱的描绘等。简而言之就是有了数据但缺乏“大脑”。
- 而AI的应用有望打通传统零售数字化过程中的堵点。
 - 1) 用标准化解决管理流程中“人”的问题：AI技术缩短了管理过程人的沟通偏差问题，同时也解决了终端服务过程中员工的能力方差；
 - 2) 盘活传统的ERP系统及沉淀的数据资产：传统零售企业线下积累的大量数据，但无法有效运用，通过AI工具盘活数据后可以更有效的指导运营；
 - 3) 优化解决选品及销售问题，促进中小品牌的爆品运营能力。中小品牌爆品运营因为缺乏系统化的数据支撑难度较大，AI辅助选品以及柜面排布，以实现产品销售的最大化。

图22：传统零售商数字化转型遇到的问题和挑战



资料来源：公司公告、国信证券经济研究所整理

请务必阅读正文之后的免责声明及其项下所有内容

图23：AI在传统零售领域的应用



资料来源：艾瑞咨询、国信证券经济研究所整理

4.1 案例银泰百货：积极布局AI技术，实现高质量成长



- 银泰百货是近年来在数字化和智能化方面取得较为显著进展的代表型百货企业。不仅借助AI大模型算法应用于商场经营管理，同时也面向品牌方和消费者输出AI服务，并且已经开始对外AI工具的输出。
- **对品牌方：**2024年6月，银泰商业正式发布“韬略GPT”，帮助品牌专柜进行选品、补货、投放、引流、社群等场景的日常经营。能够识别商品视觉、价格识别等超过100种运营场景。通过标准化工具支持，降低了品牌店员能力的方差，提升了品牌运营效率和稳定性。
- **对消费者：**银泰旗下喵街APP已经支持用户与AI导购进行一对一互动，并推出了AR试妆和试戴功能，可以线上帮助用户试穿衣服并查看效果，满意后还可以送货到家。这种交互方式将原本专柜中的场景扩展到了跨地域、跨地区，极大提升了消费者的购物体验。
- **对外输出：**公司在16年就成立深象智能公司，专注于线下场空间数智化。基于视觉AI算法、场内地图建模、IoT设备和数据分析技术，深象智能为场域提供线上线下一体化的数字化解决方案。目前已开始服务百货商场、超市、教育等行业。如在商超行业，深象智能的“商超全场防盗损AI系统”，已部署了全国多个头部商超近千家门店，为大品牌挽回大量损失。

图24：银泰百货通过AI带来销售额占比变化

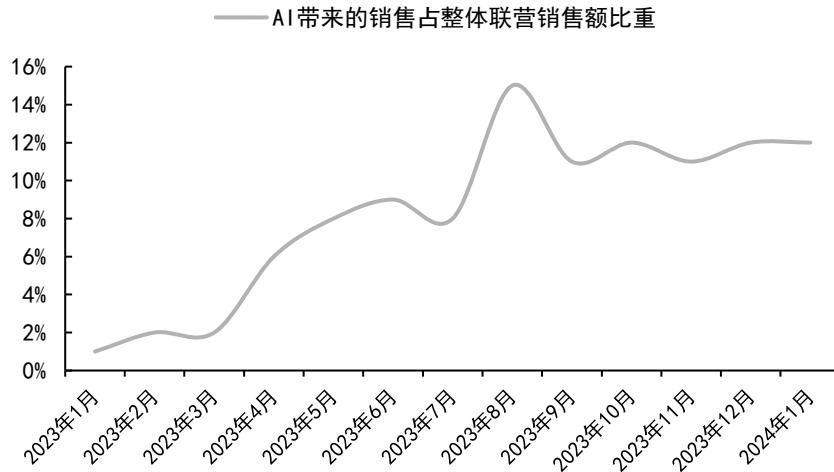


图25：银泰百货的三大AI相关工具



资料来源：联商网、国信证券经济研究所整理

请务必阅读正文之后的免责声明及其项下所有内容

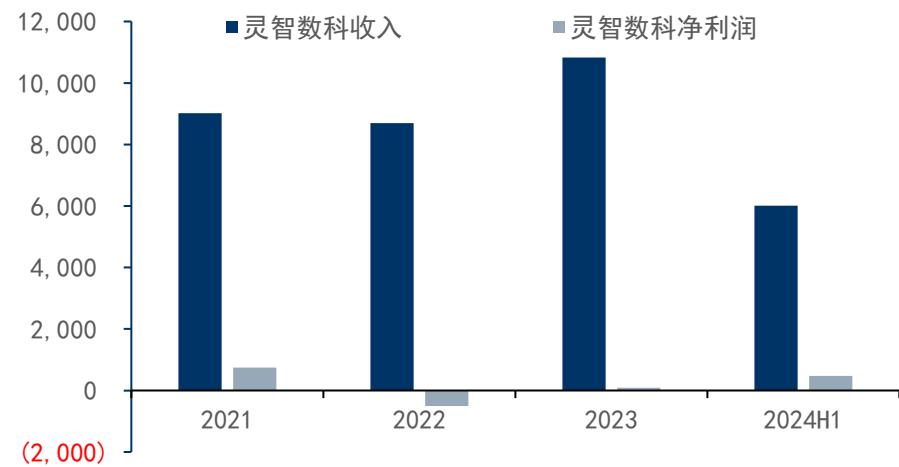
资料来源：公司官网、国信证券经济研究所整理

4. 2 天虹股份、重庆百货



- **天虹股份**: 数字零售代表企业，主营百货及商超零售业务，2019年便成立了提供零售数字化技术服务的子公司灵智数科，持股88.45%，持续推进数字零售进程，也为公司贡献了业绩增量。灵智数科2024年上半年实现营收6013.79万元，净利润471.35万元。近年来的AI布局方面，公司2023年将AI技术应用于商品卖点提炼、商品名称生成和运营文案生成等场景；2024年灵智数科自主研发百灵鸟AI大模型，主要赋能营销策划、导购服务、商品运营、客服售后、经营决策、办公助手等场景。此外，今年灵智数科全线接入DeepSeek R1，于2月11日成功进行本地化部署。
- **重庆百货**: 公司主营百货、超市、电器和汽车贸易等业务经营。一方面合作零售数字技术服务商，拥抱AI助力业务运营。公司与零售数字科技服务商多点科技合作，在商家管理、线上商城装修、线上支付渠道等方面。而多点旗下多点数智AI产品已接入DeepSeek并完成本地化部署，加速推进AI在零售领域的广泛应用。另外，重庆百货持股31.06%的子公司马上消费推出了全国首个零售金融AI大模型“天镜大模型”，在零售领域的应用，也在进一步沟通中。

图26: 灵智数科营业收入及净利润（万元）



资料来源：天虹股份公告、国信证券经济研究所整理

图27: 灵智数科旗下百灵鸟AI大模型为零售行业提供解决方案



资料来源：灵智数科、国信证券经济研究所整理

请务必阅读正文之后的免责声明及其项下所有内容

4.3 居然智家：合作英伟达增强AI技术应用，AI+设计带来新业务增长点



- 公司主营连锁家居卖场的运营和管理业务，截至2024年6月30日，在国内30个省区市及海外柬埔寨经营了409家家居卖场。AI布局方面，公司与阿里共同打造了AI家装设计平台“居然设计家”（公司持续52.86%）。该平台通过AI、3D、大数据等底层技术驱动，为全球家装设计师和DIY客户提供AI设计工具，以及为泛家居商家提供营销服务。截至2024年11月底，居然设计家全球用户超1800万，模型数量超过1600万。此外，公司2024年8月与英伟达新一代AI数字化平台Omniverse达成合作，实现AI灵感获取、AI生3D方案和模型等。根据公司介绍，居然设计家也将于2025年3月19日，受邀参加英伟达GTC 2025大会，向全球展示设计AI的魅力。
- 公司的AI设计业务实际上更重要在于带动公司整体业务发展，例如通过设计方案，实际的产品展示，提升家居卖场商户的交易转化。与洞窝（数字化家居产业服务平台数字化家居产业服务平台）、居然智慧家（智慧生活服务平台）另外两大数智化平台加强业务协同，形成合力，共同推进公司成为实体商业数智化转型。

图28：居然设计家的经营数据

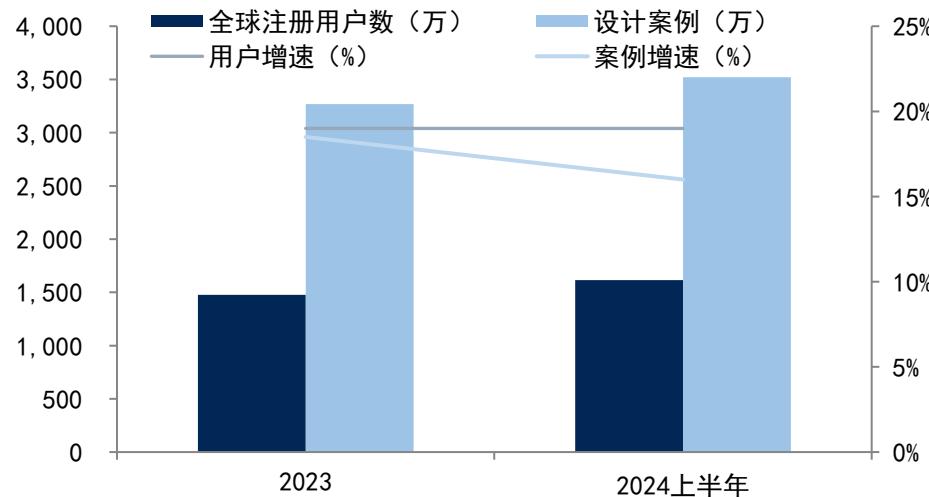
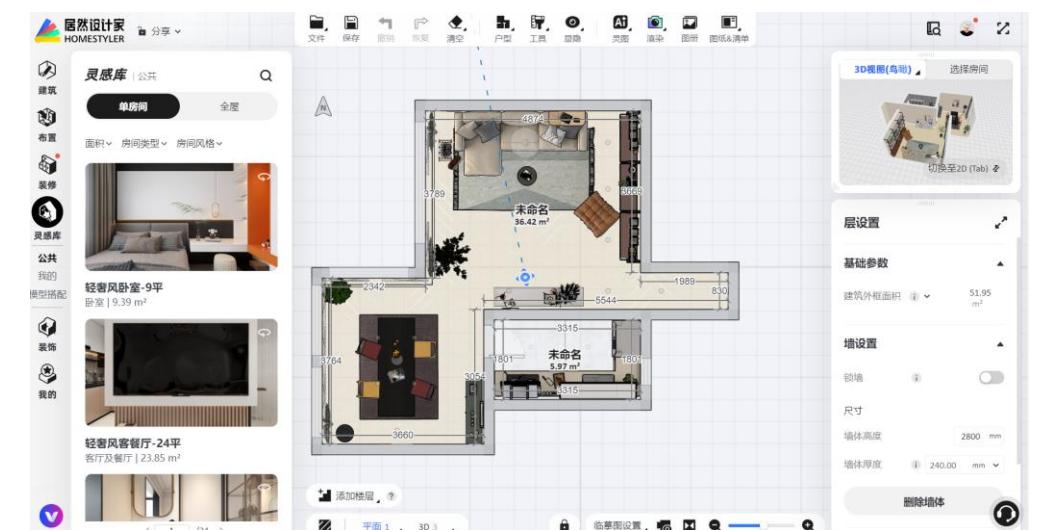


图29：居然设计家设计方案示意图



资料来源：居然智家公告、国信证券经济研究所整理

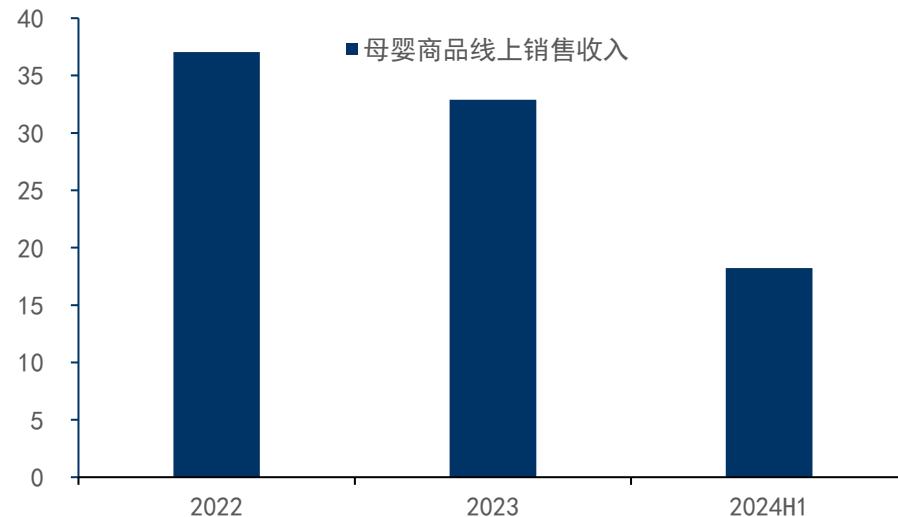
资料来源：天虹股份公告、国信证券经济研究所整理

4.4 孩子王：以AI育儿顾问为牵引，推动线上数字化转型



- 公司主营母婴童商品零售及增值服务业务，近年来积极推进智慧零售和数字化建设。2023年6月自主研发了AI育儿顾问KidsGPT智能顾问，在孩子王APP、小程序、社群等多个场景投入应用，更好地满足亲子家庭需求。近日，公司已基于Deepseek-V3开源大模型，完成了KidsGPT智能顾问底座升级，顺利接入Deepseek，将持续提升公司的营销能力与会员服务水平。
- 从效果来看，AI育儿顾问帮助公司实现了更好的线上消费转化。截至2024年9月30日，公司APP会员人数超6100万人，企微私域用户超1000万，付费会员超百万，黑金会员单客产值逐年提升，今年前三季度产值同比增长4.45%。2024年上半年母婴商品线上销售收入18.22亿元，占母婴商品销售收入比重为46.04%，同比增长19.32%，高于公司整体营收8.68%的增速。

图30：孩子王母婴商品线上销售收入（亿元）



资料来源：孩子王财报、国信证券经济研究所整理

图31：孩子王旗下AI育儿顾问KidsGPT



资料来源：孩子王公告、国信证券经济研究所整理

五、投资建议

投资建议：AI+商业落地开花，相关企业布局有望迎来业务兑现



- 2025年随着AI技术的进一步突破，AI+商业应用有望迎来落地。首先，近期国产大模型纷纷迎突破性进展，并呈现具高性能、低成本、场景广泛等特征，为实现商业化突破带来技术支撑。其次，政策端今年以来中央及各地政府多次提出促进人工智能+消费方向的落地，促进新型消费模式的形成。而在传统增长模式遇阻与AI时代的大变革下，消费企业也均有积极尝试布局新技术的动力，并在两个方向推进AI应用：1) 提效率，促进经营管理降本增效，带动产业链效率提升；2) 创增量，AI产品及服务迎来爆发，为企业打开业务增长新来源。
- 随着AI+商业的加速落地，零售板块多家企业已经展开积极布局，有望为基本面带来实际影响：1) AI+跨境电商：小商品城（自研AI工具嵌入Chinagoods平台）、焦点科技（推出外贸助手AI麦可等产品）；2) AI智能设备：博士眼镜（与AI眼镜品牌合作销售）、安克创新（AI技术应用于消费电子产品）；3) AI+传统零售：天虹股份（旗下灵智数科推出百灵鸟AI大模型）、孩子王（AI育儿顾问KidsGPT）等。

图32：AI技术在商贸零售板块的应用方向



资料来源：国信证券经济研究所分析整理

请务必阅读正文之后的免责声明及其项下所有内容

- 一、消费复苏不及预期，居民消费意愿持续低位；
- 二、新技术应用前景不明朗下企业盲目投入带来盈利压力；
- 三、消费者数据泄露和合规风险；
- 四、AI产品同质化的风险，导致行业恶性竞争和价格战；
- 五、AI+零售领域人才不足的风险；
- 六、过度依赖AI技术，出现系统故障或者算法错误，可能造成错误的经营决策；
- 七、企业管理层出现变动调整导致经营能力受损；
- 八、收购整合可能低于预期及商誉减值风险。

免责声明



国信证券投资评级

| 投资评级标准 | 类别 | 级别 | 说明 |
|---|--------|------|-----------------------|
| 报告中投资建议所涉及的评级（如有）分为股票评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后6到12个月内的相对市场表现，也即报告发布日后的6到12个月内公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。A股市场以沪深300指数（000300.SH）作为基准；新三板市场以三板成指（899001.CSI）为基准；香港市场以恒生指数(HSI.HI)作为基准；美国市场以标普500指数(SPX.GI)或纳斯达克指数(IXIC.GI)为基准。 | 股票投资评级 | 优于大市 | 股价表现优于市场代表性指数10%以上 |
| | | 中性 | 股价表现介于市场代表性指数±10%之间 |
| | | 弱于大市 | 股价表现弱于市场代表性指数10%以上 |
| | | 无评级 | 股价与市场代表性指数相比无明确观点 |
| | 行业投资评级 | 优于大市 | 行业指数表现优于市场代表性指数10%以上 |
| | | 中性 | 行业指数表现介于市场代表性指数±10%之间 |
| | | 弱于大市 | 行业指数表现弱于市场代表性指数10%以上 |

分析师承诺

作者保证报告所采用的数据均来自合规渠道；分析逻辑基于作者的职业理解，通过合理判断并得出结论，力求独立、客观、公正，结论不受任何第三方的授意或影响；作者在过去、现在或未来未就其研究报告所提供的具体建议或所表述的意见直接或间接收取任何报酬，特此声明。

重要声明

本报告由国信证券股份有限公司（已具备中国证监会许可的证券投资咨询业务资格）制作；报告版权归国信证券股份有限公司（以下简称“我公司”）所有。本公司仅供我公司客户使用，本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式使用、复制或传播。任何有关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以我公司向客户发布的本报告完整版本为准。

本报告基于已公开的资料或信息撰写，但我公司不保证该资料及信息的完整性、准确性。本报告所载的信息、资料、建议及推测仅反映我公司于本报告公开发布当日的判断，在不同时期，我公司可能撰写并发布与本报告所载资料、建议及推测不一致的报告。我公司不保证本报告所含信息及资料处于最新状态；我公司可能随时补充、更新和修订有关信息及资料，投资者应当自行关注相关更新和修订内容。我公司或关联机构可能会持有本报告中所提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问或金融产品等相关服务。本公司的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中意见或建议不一致的投资决策。

本报告仅供参考之用，不构成出售或购买证券或其他投资标的要约或邀请。在任何情况下，本报告中的信息和意见均不构成对任何个人的投资建议。任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。投资者应结合自己的投资目标和财务状况自行判断是否采用本报告所载内容和信息并自行承担风险，我公司及雇员对投资者使用本报告及其内容而造成的一切后果不承担任何法律责任。

证券投资咨询业务的说明

本公司具备中国证监会核准的证券投资咨询业务资格。证券投资咨询，是指从事证券投资咨询业务的机构及其投资咨询人员以下列形式为证券投资人或者客户提供证券投资分析、预测或者建议等直接或者间接有偿咨询服务的活动：接受投资人或者客户委托，提供证券投资咨询服务；举办有关证券投资咨询的讲座、报告会、分析会等；在报刊上发表证券投资咨询的文章、评论、报告，以及通过电台、电视台等公众传播媒体提供证券投资咨询服务；通过电话、传真、电脑网络等电信设备系统，提供证券投资咨询服务；中国证监会认定的其他形式。

发布证券研究报告是证券投资咨询业务的一种基本形式，指证券公司、证券投资咨询机构对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析，形成证券估值、投资评级等投资分析意见，制作证券研究报告，并向客户发布的行为。



国信证券经济研究所

深圳

深圳市福田区福华一路125号国信金融大厦36层

邮编：518046 总机：0755-82130833

上海

上海浦东民生路1199弄证大五道口广场1号楼12楼

邮编：200135

北京

北京西城区金融大街兴盛街6号国信证券9层

邮编：100032