选股工具获客主战场迁移：涌入视频平台0.1元引流

中经记者 郑瑜 北京报道

从财经资讯页到网络视频平台播放流，投顾公司的获客战场正在迁移。

“胜率能够达到85%以上！”“轻松拿捏主力！”近期，《中国经营报》记者在网络视频平台注意到，多家投顾公司的选股工具广告频繁出现于视频播放流中。

这些广告多以“选股工具”的形式呈现，以0.1元到百元不等，甚至免费的低价体验引流，再经企业微信、小程序、公众号、网络直播间等形式完成后续转化。

今年9月30日，《金融产品网络营销管理办法》（以下简称《办法》）正式落地实施。对投资顾问或咨询“承诺收益”“预测未来业绩”等行为划出明确红线。在此背景下，此类市场机构金融产品获客路径和方式的变化引发市场关注。

康德顾问团法律专家、四川致高律师事务所律师刘诚冬在接受记者采访时表示，传统渠道竞价激烈、获客成本变高，视频平台仍有流量红利，泛理财用户集中，强制插片曝光稳定。原有渠道监管趋严，机构转向该场景，以低价试用降低首单门槛，快速抓住还未被充分触达的潜在股民。

获客渠道迁移 主打低价体验引流

从广告素材呈现的信息看，低价体验主要承担获客入口功能，体验版与正式版在页面上并列展示，收入重心指向高阶服务的后续转化。

从广告内容来看，在上述平台上较为活跃进行广告引流的包括上海利多星证券咨询有限公司（以下简称“利多星”）、上海九点智投投资顾问有限公司（以下简称“九点智投”）、北京指南针科技发展股份有限公司（以下简称“指南针”）、云南约牛软件技术有限公司（以下简称“约牛软件”）、上海九方云智能科技有限公司（以下简称“九方云智能”）五家投顾咨询类公司。

上述广告均以功能演示为主要内容，但引流定价差异明显。例如，约牛软件的广告落地页显示“免费领取体验”“体验版功能每天可体验五次”；指南针的落地页标注“价值1580元产品，1元永久体验”，商城页面实价1元；九点智投的广告领取弹窗显示“0.1元领取，成功支付后，将于24小时内原路退”。

九方云智能的广告则以内容讲解为主要形态：账号“升龙诀—九方”的视频展示以“日内做T，千万牢记这8个关键点”，举例按交易时段给出操作建议。

利多星的广告显示“量化擒龙体验版”：落地页显示活动价99元/60天、日常价99元/30天，折合每天1.65元；同一页面对照列示正式版1633.33元/30天，折合每天53.69元。其广告口播称工具可“盘前9:26自动推送”选股结果。

从广告素材呈现的信息看，低价体验主要承担获客入口功能，体验版与正式版在页面上并列展示，收入重心指向高阶服务的后续转化。

转化路径方面，广告素材显示，利多星的用户流程为“支付—添加官方客服企业微信—开通服务”，并在直播间推出“买一赠一”等限时活动，直播间画面公示了投顾登记编号及风险提示。

记者通过约牛软件投放的广告点击后跳转至其小程序，并以二维码引导用户长按添加助理。

约牛软件的客服助理指示记者下载APP后观看《把握涨跌信号》《跟主力选牛股》小程序中的视频，并且该视频在20分钟自动过期，接着给记者发来用约牛软件选股两位用户分别收获3000元、已赚2500元的案例截图。

素材形态上，多家公司使用AI生成内容，画面标注“本广告由AI技术生成”，另有工具录屏、情景剧、直播切片等形式。广告均带有广告标识、观看金币激励及“上滑继续观剧”组件，嵌于播放流中。

根据《办法》，制作网络营销内容不得明示或暗示资产管理产品、投资顾问或者咨询服务保本、承诺收益、限定损失金额或比例，简单依据短期、非常态的业绩比较基准或者过往业绩高低对资产管理产品、投资顾问或者咨询服务进行展示排序，预测未来业绩，或者利用模拟业绩、部分客户或者个别有利时段的表现等方式误导投资者。

在刘诚冬看来，视频触达多为下沉、投资经验薄弱的泛流量，和传统渠道主动搜索财经信息的客户差异明显。优势是低成本普及基础工具；风险在于用户多在情绪放松状态被动接收广告，易被低价吸引，忽视投资风险与服务真实价值。

投顾营销的四条红线



来源：《金融产品网络营销管理办法》　郭婵媛/制图

合规关键：不得对未来收益作出承诺

投顾广告的可持续性，表面看是流量成本与转化回收的商业问题，实质上取决于资质合规、宣传边界和售后风险是否可控。

针对广告中“胜率能够达到85%以上”的表述，利多星在接受记者采访时表示，该数值为策略历史回测统计数据。历史回测结果存在固有局限，受市场环境、交易滑点、执行条件等多重因素制约，不能等同于实际投资效果，更不代表未来收益，不构成任何投资建议或盈利承诺。

利多星同时表示，视频渠道客户占比处于合理区间，并非核心客户来源；该渠道客户以年轻化、投资入门群体为主，短期留存率略低于传统渠道，经投教服务后长期留存率逐步趋近。

北京京本律师事务所主任连大有律师在接受记者采访时表示，证券投资咨询广告应坚持的原则是：可以客观展示工具功能和历史数据，但不得对未来收益作出承诺或保证，不得诱导投资者认为使用工具即可盈利。历史回测数据可以展示，但必须满足“真实、完整、可验证、不片面”的要求；功能演示可以展示软件怎么用，但不能把功能演示变成盈利演示；收益暗示则属于监管明确禁止的高风险表达。

“通常判断边界的标准主要包括，是否指向未来收益，陈述过去事实相对可控，引导未来盈利即进入高风险区；是否完整披露风险；以普通非专业投资者的认知水平进行判断是否会让投资者产生了‘用了就能赚钱’的误解；广告页面合规，但客服私聊、销售话术、社群引导中承诺收益，同样构成违规；未取得证券投资咨询资格的主体，不得在广告中提供个股分析、买卖建议、择时判断。”连大有补充道。

九点智投在回复记者时表示：“尾盘选股器，轻松拿捏主力”的广告语解释称，该工具为行情观察类工具，基于公开行情数据展示资金流向统计，不含买卖建议，“轻松拿捏主力”是便捷查看资金流向的形象化表达，素材经内部合规审核后投放。

不过，企查查显示，在2026年10月21日，上海九点智投投资顾问有限公司已经更名为“上海元斤智投投资顾问有限公司”（以下简称“元斤智投”）。

关于投放机制，元斤智投在回复中表示，公司未针对某类平台单独开户或制定投放计划，系向平台广告系统统一提交素材，由平台流量分配机制自主分发至各类场景；公司无法确认素材首次展示于网络视频场景的具体时间，也无法统计该渠道的新增用户占比与转化率。

北京寻真律师事务所主任王德怡表示，《办法》进一步压实了广告主与流量平台双方的责任：持牌投顾机构作为主体责任方，须建立总部统筹的营销内容审批备案与合规审查机制，不得因委托第三方平台而免责，营销素材与沟通记录须全程留痕；平台方则须核验机构金融业务资质与营销人员持牌资格，且不得擅自变更经机构审核确定的营销内容。

利多星在回复中承诺，将全面梳理全渠道宣传内容、细化风险提示话术，并实行事前审核、事中监控、事后复盘的全流程管控。

对于指南针“价值1580元产品，1元永久体验”的定价依据，与约牛软件询问免费体验版与后续服务的衔接，记者分别发去采访函，截至发稿，未收到相关回复。

连大有表示，投顾广告的可持续性，表面看是流量成本与转化回收的商业问题，实质上取决于资质合规、宣传边界和售后风险是否可控；历史回测和功能演示可以客观呈现，但一旦滑向收益承诺和诱导盈利，广告主承担首要责任，平台在审核与处置义务范围内承担相应责任，二者不能以合作合同互相免除对监管和投资者的法定责任。

从模型部署到场景化交付 上市公司抢滩Token工厂赛道

中经记者 许璐 李晖 北京报道

接入多个模型、优化推理速度、记录每次调用的消耗——围绕AI服务使用过程中的不同环节，一批上市公司正在寻找Token业务的入口。

近日，东方国信（300166.SZ）在投资者互动平台回复称，除中国电信宁夏Token工厂项目外，MeshToken平台已有相关合作项目落地签单，但当前整体收入规模较小，未做单独口径统计，相关经营成果统一纳入算力业务板块。

《中国经营报》记者梳理发现，不同类型企业正涌入Token工厂赛道。其中，并行科技（920493.BJ）通过MaaS平台提供多模型调用与Token计量；东方国信围绕MeshToken开展模型接入和调用管理；青云科技（688316.SH）则将模型部署、服务交付与计量运营纳入Token工厂解决方案。

眺远营销咨询董事长高承远在接受记者采访时表示：“通用模型调用、基础推理部署、简单预算管控这类标准化能力最容易被替代：云厂商聚合多模型、自带预算与运维体系，开源推理框架降低部署门槛，如果第三方独立厂商仅提供通用API、基础推理服务，很容易陷入价格竞争，被云或者自建方案替代。”

多类型业务入口

从企业公布的产品看，Token业务既涉及直接提供模型调用，也涉及帮助客户部署、管理和运营模型服务。

并行科技的入口首先体现在模型服务供给。公开信息显示，并行科技依托算网底座打造Token工厂，其MaaS平台汇聚近90款主流模型，覆盖文本对话、代码生成、视觉理解、向量嵌入及图文生成等能力。用户通过统一API调用，平台开展Token计量，并依据响应速度、并发能力划分服务等级。公司还披露，通过自研计算优化框架及缓存优化等技术提升推理吞吐、降低单Token生产成本。

东方国信的MeshToken平台将调用管理纳入产品。公司公开回复介绍，平台主要解决企业在使用大模型过程中面临的模型统一接入、Token计量、额度管控、成本分摊、安全审计、调用分析和运营管理等问题。

青云科技则把相关能力放在模型服务部署和运营过程中。青云科技在2026年半年报中披露，公司持续完善模型管理、发布、API调用、用量统计和运营分析能力，新增API Key用量统计、请求历史查询、调用效率优化等功能。

对于企业的入场路径，快思慢想研究院院长、特邀评论员田丰认为，按照承担的风险划分，比按照业务名称划分更准确。他将参与者区分为硬件和智算中心企业、推理引擎厂商、聚合路由平台以及云厂商。

这些能力的需求也与智能体应用有关。田丰分析，一项智能体任务可能包含多轮推理、长上下文和工具调用，模型消耗由单次问答延伸至任务执行过程。企业接入多个模型后，还需要处理网关、路由、权限和成本归集，治理成本随之增多。因此，付费内容既可能是推理输出，也可能是组织和管理这些调用的能力。

田丰判断，同叫Token工厂，有的在“卖电”，有的在“卖电表”。能稳定成立的一端是不持库存的撮合层，另一端是有主业输血的自有算力大厂。夹在中间的厂商要租算力，又没有定价权，处境最难。

成本曲线等待跑赢价格曲线

从各家公司的公开信息看，不同业务入口对应着不同收费安排，但方案列出收费方式，并不意味着每一种方式均已产生收入。

对于收费，东方国信此前表示，未来将结合客户需求，采取平台授权、MaaS订阅、私有化部署、接口调用、Token用量计费及运维等方式，具体根据合同、部署模式和服务内容确定。各类方式实际执行多少、形成多少收入，需要结合具体项目区分。

青云科技9月公布的Token工厂解决方案列出四类交付方式：公共API按量服务、企业套餐、专属Token池，以及私有化或联合运营。其中，企业套餐包含承诺用量和阶梯定价，专属Token池强调资源隔离与服务等级。这些属于公司公布的方案安排，不能直接等同于各类业务均已形成规模收入。

并行科技2026年前三季度智算服务收入10.49亿元，同比增长144.21%，这一指标涵盖智算服务整体，不能直接作为MaaS平台或按Token计费业务的收入。

从半年报口径看，并行科技上半年营业收入9.46亿元，综合毛利率19.16%；东方国信同期算力服务收入2.19亿元，毛利率35.15%；青云科技云产品、云服务收入分别为3214.88万元、5449.26万元，整体毛利率为27.33%。目前针对Token业务，尚没有进行单独分项，更缺乏具体业绩数据统计。

资深企业管理专家、高级咨询师董鹏认为：“规模商业化核心卡点不在技术，而在买卖没对上账：客户要的是省钱、赚钱、少出事，服务商卖的却常是调用次数和便宜算力，意向签约难变真付费。”

从项目签订到形成持续收入，董鹏认为，要看真付费、真回头、真赚钱、手头有现金、机器真忙，不看规划产能、模型数量和签约数字。

田丰进一步指出，行业付费增长集中在Agent生产负载和多模型治理两处。能否续单，看成本曲线能不能跑赢价格曲线，以及服务质量能不能被客户核验。每瓦特产生的Token量决定了收入。

田丰认为：“2027年头部独立厂商的收入结构里，合同化产能收入的占比会继续上升。资本市场对它们的估值锚，会从吞吐量和注册用户数，转向合同化产能收入和每卡时付费Token数。”

田丰进一步表示，未来12到18个月，可以用三个指标检验前面的判断：付费Token占总吞吐的比例；专属与预留产能收入的占比；每卡时付费Token数的季度变化。三项指标同步改善，Token工厂才算从“产能故事”走到“收入故事”。

持续价值：高壁垒、强场景、重信任

收入能否持续，也与客户的选择方向有关。上市公司拓展的多模型调用、用量管理等功能，云厂商已有相应产品，服务范围存在交叉。

公开信息显示，腾讯云TokenHub企业版专业套餐采用月度预付费模式，支持自定义月度预算和多Key配额分配，并通过积分制统一管理多模型调用额度。阿里云百炼则分别列示输入、输出Token价格，部分模型实行阶梯计费，缓存调用采用不同规则……

高承远认为：“第三方服务商的持续收入来源，还包括中立的模型调度、多厂商治理、行业定制，以及应用集成和持续运维。”

目前市场参与方也试图突破模型聚合。东方国信披露，其Token工厂及算力运营技术体系采取自研沉淀与生态合作并行的路径；并行科技将推理优化和服务分级纳入MaaS平台；青云科技方案则涉及智能路由、成本分析、账单和合作分账。以上分别属于技术建设路径、产品能力及方案设计，实际效果仍需项目交付数据支撑。

田丰认为：“模型真伪、实测吞吐、计费倍率能否被客户自行核验，会成为采购门槛。”在其看来，续单不仅取决于报价，还取决于服务质量能否核验，以及平台是否接入客户的权限、账单和审计流程。

在高承远看来，持续收入更多来自高壁垒、强场景、重信任的第三方价值。“行业正在从卖算力、卖通用模型，转向交付场景化能力与长期管家式服务，这也是独立厂商构建稳定现金流的核心赛道。”

“短期看手头现金不断，中期看客户回头和每单赚钱，长期看客户换不换得掉和机器是否吃饱。”董鹏直言。