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：2019-003

|  |  |
| --- | --- |
| 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：电话会交流 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 安信证券 陈旻  安信证券 王利慧  东方证券 项雯倩  东吴证券 张良卫、李赛  方正证券 于畅  招商证券 周洁  融通基金 关山  农银汇理 张燕  广发证券 洪涛、童若琰  中泰证券 龙凌波  国泰君安 陈筱、苗瑜  兴全基金 薛怡然  天风证券 朴柱松  博时基金 吴渭  万家基金 王琴  北信瑞丰 吴克伦  安信基金 沈明辉  兴业证券 刘跃、丁婉贝  申万宏源 余剑秋  鹏华基金 林浩然  中融基金 甘传琦  长江零售 陈亮、聂宇霄  海通证券 毛云聪  中金证券 徐卓楠  中信证券 付欣宇、林伟强  南方基金 卢玉珊等 |
| 时间 | 2019年10月25日 |
| 地点 | 电话会议 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事会秘书兼战略副总裁柳伟亮先生  财务总监：李楠女士  证券事务代表高晗女士 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | **一、介绍公司基本情况**  董事会秘书柳伟亮先生做公司财务及业务基本情况介绍。  报告期内，公司作为国内领先的“内容导购平台”，一如既往地坚持既定的发展战略，高度重视内容体系建设，持续稳定地为广大用户提供优质的消费类内容，提升用户在消费决策流程中的效率；并通过产品优化和技术升级，不断优化用户体验，这些举措在提升用户的留存以及活跃度方面效果显著。2019年，公司继续加大对技术的支持力度，持续完善分发运营机制，升级产品机制，支持各级文章多场景多级分发，保障优质内容得到更及时更广泛的传播。此外，在电商行业一年一度的双11大促即将到来之际，公司积极筹备双11，制定了完善的计划和措施，确保双11大促期间业务的稳定。  财务方面，报告期内公司积极拓展市场，各项业务开展顺利，2019年第三季度公司实现营业收入1.31亿元，与上年同期相比增长30.58%；实现归属于上市公司股东的净利润1,490.79万元；实现扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润1,199.01万元。2019年前三季度，公司实现营业收入4.05亿元，同比增长35.48%；实现归属于上市公司股东的净利润6,171.63万元，同比增长62.05%；实现扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润5,732.39万元，同比增长65.39%。  **二、交流互动环节**  参会的各位分析师、投资者等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. **公司三季度大幅度提升的原因？毛利率变化趋势？**   去年Q3小幅亏损，主要原因有以下几个方面：①公司去年人员的扩充导致费用增长较快；②公司产品迭代升级，导致相应的投放费用增加；③公司加大了研发方面的投入。今年公司业绩提升的主要原因为：①去年人员扩充和技术投入的效益逐步体现；②今年公司人员扩充与市场投放相对稳定。因此，公司整体业绩相比去年有较大幅度增长。  目前，公司毛利率波动不大，预计未来也会维持一个相对稳定的状态。   1. **如何看待电商之间的PK对公司产生的影响？**   公司作为内容导购平台，主要服务各大电商平台和品牌商。众所周知拼多多的崛起导致整个电商行业变得更加激烈，同时也带来新的玩法、新的市场认知与人群认知，为整个电商市场带来了创新；由于激烈的竞争和市场的创新使得市场的活跃度更高，这对于导购平台来说是一个比较有利的市场环境。我们也相信会有越来越多的新品牌和平台逐步成为值得买的客户。   1. **公司用户增长计划是什么？**   公司一直强调重视用户的质量，因此公司在主动的市场投放上一直持谨慎态度。对于新用户，公司关注他们的长久存留和消费；对于老用户，公司关注他们的活跃度。  目前，公司用户的增长主要来自于两个方面：①选择优质的渠道做主动市场投放；②用更多内容覆盖更多的品类与用户群；同时在产品形态上公司注重内容创新、产品创新吸引客户。公司坚定通过内容丰富和产品创新来获取用户，会让公司的经营更加稳健。   1. **公司互联网营销平台增长的主要来自于哪几个平台？**   公司互联网营销平台的业务增长一直较快，从半年报也能看到具体的增速。目前，京东仍是最重要的客户之一，除此以外国内其他电商平台，如苏宁易购、国美、网易考拉也是主要客户。   1. **公司今年在双11有哪些特别的营销和策略？**   鉴于各大电商、品牌商都十分重视双11大促活动。公司主动作为，提前策划，在前期充分了解各大电商及品牌商的促销节奏。  首先，公司今年双11的电商平台覆盖面更广泛，如京东、苏宁易购、国美、拼多多等各大电商平台均在公司的合作框架中；其次，公司有明确的双11活动主题，同时会把各大电商的活动安排在主题中；此外，有更多的品牌商通过官方平台加入值得买双11合作中；最后，我们也会通过在其他电商平台尝试探索新的模式，如淘宝、天猫直播等，不断探索适合消费者和用户的产品内容和形式。   1. **公司品类拓展的进展和计划？**   从长期来看，公司不断拓展新的品类，也在探索不同的产品形式如何更好适合对应的品类和人群；未来公司将围绕用户的核心需求，积极开拓更多适合女性用户、新生代用户及下沉市场用户需要的内容和品类，以此来扩大用户群体。  单从Q3来看，公司已经增加传统品类的内容，品类拓展效果将在未来逐步体现。   1. **公司Q3、Q4 GMV的增速情况是什么样？**   根据半年报显示GMV的增速为67%，但三季度并未披露GMV数据。分季度看，整个电商行业Q1、Q3属相对淡季，Q2、Q4因为有618、双11，属相对旺季。因此，从趋势上看Q3的增速与Q1类似，Q2的增速会比Q1、Q3高，Q4从往年来看比Q2稍高一些。今年的具体增速还应视之后具体情况来看。   1. **2017年Q3与Q4收入情况比较接近的原因？**   首先，2017年电商行业整体竞争激烈，相应促销节奏力度大，参与的用户也更多，公司的整体收入受到电商促销节奏的影响。  其次，当时用户在快速向移动端转移，但是移动端的用户体验，尤其是用户经由值得买跳转到电商平台的体验并不是特别友好，所以对实际的业绩会有一定的影响。之后，电商平台加大了对联盟平台的重视力度，改善了用户体验，因此用户由于跳转体验不好而带来的折损大大降低。   1. **研发费用的投放情况和效果？**   公司一贯重视自身的研发工作,视研发为持续满足用户需求、推动企业发展的源动力。近年来，公司的技术投入呈现出稳中小幅增长的态势，不仅包括一些技术的迭代和IT资源的投入，还包括了整体发布量的增长、用户访问量的增长、用户底层数据的建设等方面的投入。同时公司也在积极推动基于数据的千人千面技术，做到相对精准的推送，有针对性的呈现，让不同用户看到不同的、想看的内容，从而获取高质量用户。  **10、公司平台上双11红包是否会导致Q4销售费用大幅上涨？**  公司双11红包的促销方式，已经有几年的运营经验，公司会主动控制范围和选择，对于“红包项目”不会造成销售费用的大幅上涨。  **11、公司目前用户画像情况，如女性占比、下沉市场用户比例等？**  目前，公司用户画像PC端与移动端基本保持一致，男性用户占比约70%左右；从下沉市场看，下沉市场用户分布是比较均匀的。  **12、公司募投项目的进展情况？**  公司 “基于大数据的个性化技术平台改造与升级项目”，目前有些算法已经应用到移动端。从节奏来看，首先应用到移动端首页测试效果；从效果来看，公司非常关注用户互动的行为，通过更多用户互动，才有更多的创作者创作内容，进而推动更多的用户到第三方形成交易；从互动指标来看，千人千面在首页应用后，整体互动量同期大幅增长，也反映在GMV里。  上半年公司GMV同比增长67%，在一定程度上是由大数据项目带来的，目前大数据项目还在进展中，公司将根据效果向其他频道、全站，甚至是从移动端向PC端逐步推广。  **13、公司毛利率是否存在季节性的波动？**  公司主营业务成本主要由以下几个方面构成：①网站内容编辑团队的人工成本支出；②IT资源运维、存储相关服务的投入；③技术服务费等。从主营业务成本构成来看，我们认为不存在季节性波动，预计在可见的未来也是保持一个相对平稳的状态。  同时，第四季度都是电商的促销季，从过往的表现来看，第四季度的佣金率会受到电商投放的影响，不过由于幅度较小，并不会对公司的毛利率产生较大影响。  **14、公司广告业务在三季度的增速？**  公司自2015年开展广告业务以来，近几年用户群数量稳定增长且质量较高；从投放效果上看，在值得买平台上投放的广告能够帮助品牌商家扩大影响力。因此，近几年公司广告业务增速较快。公司第三季度的广告收入增速同样保持稳定增长态势。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2019年10月25日 |