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：2019-006

|  |  |
| --- | --- |
| 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 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 2019年11月5日  鹏扬基金 赵世宏  财通证券 张英娟、曹炜轶  大成基金 魏庆国  源乐晟资管 宋墨含  高毅资产 张景若豪  广发证券 童若琰  平安证券 何沛滨  2019年11月6日  银华基金 韩天鸿  中信建投 史琨  中信保诚 郑伟  燕园资本 焦俊凯  中银基金 夏宜冰 |
| 时间 | 2019年11月5日-6日 |
| 地点 | 北京市丰台区马家堡东路天路星苑大厦公司12层会议室 |
| 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  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基本情况介绍，主要分为以下几个方面：创业经历、公司概况、业务概况、财务表现以及荣誉与社会责任等。  **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. **关于公司目前的市场投放渠道？**   2016-2017年，公司通过在不同的市场投放渠道投入了一些市场费用，根据内部模型对这些渠道所获取的用户分别进行ROI测试，从中筛选出一些与公司调性比较符合的渠道；2018年开始，公司开始根据之前投放的情况，优化渠道，选择一些与公司调性契合、用户质量比较高的渠道进行投放。  **2、公司如何看待用户的互动行为？**  公司作为内容导购平台，用户的互动行为是看重的指标之一。整站定义了很多种互动行为，比如：评论、收藏、打赏、分享等，一方面可以通过用户的互动行为相加来看待整体的发展趋势；另一方面也可以将用户的互动行为关联到具体的品类、频道，来看待细分品类、频道的发展趋势。  **3、公司广告业务的价格机制？**  公司2015年开始正式尝试广告业务，在2016年建立了专门的商业化团队。在不影响用户体验的情况下，在什么值得买网站和App中设置不同的广告位置供广告商投放广告，随着公司产品的愈发成熟，广告展现形式日趋丰富，可有效满足各类型广告主在不同推广时间的广告发布需求。  公司现在的广告展示收入的计费模式主要以按天计价为主，定期会结合用户数量的增长情况、广告主的接受程度以及公司品牌的提升来确定广告位的刊例价。  **4、公司对于团队人员的扩张计划？**  目前，公司拥有员工800多人，其中主要由三大体系构成：①运营团队，主要是负责和内容相关的工作，比如：好价、社区等事业部；②技术团队，主要是技术研发和技术支持；③商业化团队，主要是负责公司商业化的整体运作；其余的主要是人力、行政、财务等一些管理职能部门。  目前就公司的发展情况来看，会继续加强对IT资源的投入，希望能够在一些重点领域可以引进高端人才，来提升公司的效率。  **5、公司目前的GMV品类结构？**  公司GMV中数码3C电属于传统优势品类，占比较高。根据半年报显示今年618期间数码3C等传统品类的GMV同比增长率在60%以上，运动户外、个护化妆、生鲜等新兴品类的增速超过100%。目前，公司通过创新内容不断拓展品类，在传统品类维持稳定增长的基础上，逐步拓展其他品类，并随着更多优质内容的产生来覆盖更广泛的人群。  **6、长期驱动意见领袖在平台上生产内容的方式和激励方法？**  公司在营造社区氛围上，对优质内容、对作者充分尊重。对于意见领袖来说，他们最核心的诉求不是物质，是被认可，是被尊重。公司为意见领袖提供交流的平台，让懂的人和懂的人交流，让他们获取关注、尊重，这是公司为意见领袖提供的独特体验。  公司对平台上的活跃用户主要有两种方式进行激励：①金币奖励，这些金币可以兑换礼品卡、优惠券等；②众测频道免费试用申请，用户可以申请众测频道内测评的产品，在使用后需要提供评测详细内容，在提供评测内容之后用户就可以拥有商品。  **7、公司如何吸引女性用户？**  目前，公司也吸引到一批忠实的女性用户，女性用户的整体比例也在快速增长，男性用户和女性用户的比例现在为7:3。未来公司将在现有用户基础上，持续深耕以消费决策为核心的优质内容， 扩大品类结构，拓展服饰、化妆品、运动户外等内容来吸引女性用户。  同时，公司也在不断加大技术投入，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，让女性用户看到自己想看的、感兴趣的内容。  **8、公司今年双11的备战情况？**  鉴于各大电商、品牌商都十分重视双11大促活动。公司早在8、9月份的时候，就已经有专门的团队启动了今年双11的活动策划，在前期充分了解各大电商及品牌商的促销节奏，同时也设计了很多的运营活动。公司预计今年双11相比较去年会有一个稳定的增长，一方面是由于现有用户数量的增长，另一方面有更多的品牌商通过官方平台加入值得买双11合作中。  **9、公司对于用户的标签体系？**  公司对于用户的标签是多维度的：①内容的维度；②商品的维度。通过用户在什么值得买网站和App中浏览内容及点击商品链接，对用户打上相应的标签。在此基础上，深度挖掘用户的个性化消费需求，实现精准营销。  **10、“好文”和“好价”的收入占比情况？**  公司作为内容导购平台，希望能够通过优质、硬核的内容（“好文”）来吸引用户，然后再通过优惠的价格（“好价”）来留住用户。目前，来自于“好价”和“好文”的收入我们没办法精确统计，但根据我们内部的测算，佣金收入这块公司的“好文”的收入占到10%左右，“好价”占到90%左右。  **11、公司“好文”的增长趋势？**  公司作为内容导购平台，以高质量的消费类内容向用户介绍高性价比、好口碑的商品及服务，所以并不会刻意的去单纯增长“好文”的数量，而是希望在保证质量的前提下，“好文”的数量有着较大的提升。2018年起，公司制定了更具吸引力的金币发放规则，提升用户贡献优惠信息和原创好文的动力，并提升优惠信息和文章的质量。  **13、公司各品类的佣金率？**  电商平台的佣金率是根据品类而制定的，依据通行标准的佣金率与公司合作，综合来看，数码3C等品类由于毛利相对较低，所以佣金率也相对较低，其他品类佣金比率稍高。  **14、公司如何保持平台的客观中立？**  公司作为以内容为核心的内容导购平台，从创立伊始一直保持中立客观的态度；通过不断创造更多的优质内容，为消费者和用户提供高效、精准、中立、专业的消费决策支持。从公司的管理理念上，值得买一直坚持“不站队”原则，保持客观中立的态度；从公司创立以来公司融资的次数、规模及投资机构属性也可以看出。目前，公司在行业内与各家电商平台一直保持比较平衡的关系，并且公司也会一直坚持中立的态度。此外，由于公司以用户为中心的互联网属性，倒逼公司的产品和内容的中立性特征，以保持值得买平台的用户活跃度和购买力，真实地为用户创造价值。  **15、公司与电商平台的合作模式及佣金率的变化趋势？**  公司向电商和品牌商提供电商导购服务。对于阿里巴巴、京东、亚马逊、网易考拉、苏宁易购等大型电商平台以及著名品牌商客户。若各大电商拥有旗下的联盟平台，公司会与联盟平台签订CPS合作协议确定合作关系，比如阿里旗下的阿里妈妈，京东旗下的京东联盟等。若电商或品牌商通过第三方联盟平台进行推广，公司通过第三方联盟平台接入该电商或品牌商，与其确定合作关系。  电商平台的佣金率是根据品类而制定的，依据通行标准的佣金率与公司合作，但目前公司也具有一定的自主权与平台商家洽谈一个更高的佣金率。从数字上来看，最近几年公司各个客户、各个品类的佣金率基本维持稳中有升的态势。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2019年11月5日-6日 |