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：2019-007

|  |  |
| --- | --- |
| 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 | 中金公司 徐卓楠  中大君悦 张晓晓  彤源投资 左艾眉  裕兰资本 陈作佳  幻方量化 楼枫烨  国泰基金 张容赫  观富资产 王达  立格资本 胡伟强  禾其投资 葛楠 |
| 时间 | 2019年11月8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. **公司信息推广服务的业务模式？**   公司主要通过什么值得买平台获取用户，并基于此为电商、品牌商等提供信息推广服务。根据收费方式的不同，信息推广服务收入分为电商导购佣金收入和广告展示收入两部分：其中电商导购佣金收入是指通过公司网站或移动客户端提供电商、品牌商等的相关商品或服务信息，将用户导流至电商、品牌商官网，根据用户实际完成交易金额的比例向电商、品牌商等获取的收入；广告展示收入是指通过在公司网站或移动客户端为电商、品牌商等提供广告展示位等营销服务，向电商、品牌商等获取的收入。  公司运营的什么值得买网站及App在“好价”频道上发布大量的优质内容，这些内容主要来自4个渠道：UGC、PGC、BGC、MGC。用户在平台看到相关商品的内容后，可以通过相应的链接跳转至电商或品牌商官网进行购买，本公司按照用户消费的实际金额向与本公司具有业务合作关系的电商、品牌商等收取一定比例的佣金。  **2、公司推荐的内容是否存在倾向性？**  公司作为以内容为核心的导购平台，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，值得买也一直坚持保持客观中立的态度。从收入构成来看，公司目前收入由两方面构成：广告收入和佣金收入。①广告收入，在什么值得买网站和App中设置不同的广告位投放广告，这部分是以电商平台及品牌商的实际购买为主，公司对广告客户的筛选有着非常严格的标准，能够提供优质商品和服务的品牌才是公司希望合作的对象；②佣金收入，针对这部分业务公司的推荐逻辑是用户需求，而不是佣金率的高低，从公司佣金率的变化以及品类构成也可以看出公司并未刻意为了追求佣金收入的高低而去有选择性地做一些推荐。  从技术层面来看，公司积极投入研发的“千人千面”是根据用户在值得买平台上的浏览及互动行为的算法推荐，以用户需求为出发点为不同用户提供个性化的首页展示页面；同时，机器也在不断学习和升级，为用户提供多元化、多维度的产品内容，机器会按照用户需求去学习，这也不是我们所能完全控制的  **3、公司用户的年龄结构？**  公司现有用户呈现忠诚度较高的特征。目前，公司用户仍以男性为主，占用户总数的70%左右，女性用户占比30%左右，并且女生用户占比呈现逐年上升趋势。从用户年龄结构来看，年龄在25-40岁之间的群体是主要的用户群体。  **4、公司内容的来源？**  公司运营的什么值得买网站及App在“好价”频道上发布大量的优质内容，这些内容主要来自4个渠道：UGC、PGC、BGC、MGC。其中70-80%的内容是由UGC产生；也有一些内容是由专业编辑团队根据当下的消费热点，有针对性地在各大优质电商、品牌商等网站或者App上搜寻相关优惠信息，审核通过后再发布；另外，也有通过跟商家加强合作，由商家发布更高效的价格类信息。  内容的审核通常情况下，是通过各类渠道产生的内容首先进入公司的内容池；经过筛选后，再通过推荐算法进行分发，通过用户行为反馈对内容质量进行评价。  **5、长期驱动意见领袖在平台上生产内容的激励方法？**  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。以上是物质方面的激励，但更重要的还是内容创作者因为什么值得买的良好平台氛围而选择留在这里，我们相信这是任何优秀的互联网产品的通行逻辑。物质激励虽然只是辅助的手段，但是公司也会不断探讨如何让真正优秀的创作者得到更好的物质激励。  **6、公司目前与品牌商家的合作情况？**  目前，越来越多的品牌开始重视线上化，看重线上的销售渠道，所以也开始与值得买合作，预计这将成为一种重要的业务发展趋势。  **7、公司佣金率的水平及变化趋势是什么样的？**  公司佣金收入主要来源于用户点击各频道优惠信息中的直达链接，在电商、品牌商网站或App中完成购买后，商家按照实际成交金额支付给公司佣金。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，最近几年公司各个平台、各个品类的佣金率基本是稳中有升的态势。  **8、公司各品类占比及佣金率？**  公司品类以数码3C为主，占比情况每个时段都会有一些差异，从最近的数字来看在50%-60%左右。公司正在不断拓展服装、日用百货、旅游户外、生鲜等不同的品类，这些品类增速很快，占比也在提升，但目前公司尚未对外披露具体数据。  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等品类毛利相对较低，佣金率也较低，其他品类佣金比率稍高。  **9、如何拓展化妆品等新品类？**  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，并随着更多的优质内容覆盖更广泛的人群。  **10、公司如何看待直播、短视频等导购方式？**  直播、短视频等和图文一样都是基本的内容形式，各有优劣，但是互为补充。作为购物领域的平台，公司如何采取这些内容形式还在摸索和实验阶段，具体的方式还不明确。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2019年11月8日 |