证券代码： 002291 证券简称：星期六

**星期六股份有限公司**

**投资者关系活动记录表**

编号：2020005

|  |  |
| --- | --- |
| **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 （请文字说明其他活动内容） |
| **参与单位名称及人员姓名** | 海富通基金 吕越超、高高；大成基金 张珊珊；  海通证券 梁希、盛开；广发证券 童若琰。 |
| **时间** | 2020年5月19日 下午3:00 |
| **地点** | 杭州遥望网络科技有限公司会议室 |
| **上市公司接待人员姓名** | 杭州遥望网络科技有限公司董事会秘书 马超 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | 主要介绍了遥望网络近期直播电商经营情况  问题1:网红培养方面，公司是以招素人培养为主还是签约已经比较成熟的网红为主？  素人为主，成熟的网红签约要双方比较匹配。  问题2:公司在抖音方面的发展如何？  抖音里面投放工具很多，要看如何选择，要不断去做测试和尝试。大部分这样的公司都比较小。源于快手带来的压力，抖音的直播电商业务自今年2月才开始。快手更私域一些，直播都能看到，在列表中可以显示。抖音不是这样，抖音的露出更少，要用户自己刷，目前抖音也在尝试改变。  问题3:如何理解公司竞争优势？  技术团队的积累，对于流量的理解，对于直播的理解，对于优化的理解，是综合的竞争力。流量一直在变化，行业一直在变化，所以才有机会，目前看市场空间还是足够大的。  今年的主要目标是做大规模，只有达到一定销售规模才能有利于做强供应链，才可以跟更大的品牌深度合作，甚至实现品牌反向定制。  问题4:直播有线下的真实性加线上的便利性，有双重优势，如何看待未来直播电商的GMV渗透率？  直播电商的比重会继续提升，然后传统电商肯定会存在，一定有客户不看直播买东西。直播电商和传统电商是客户需求方向不同所决定的，都有其各自的存在价值。  问题5:如何让用户停留在直播页面上？  这是直播从业者必备的基础的能力。  问题6:公司需要做物流方面的业务吗？  公司会加强和专业物流服务商展开深入合作，直播的属性要求发货效率较高。  问题7:品牌方单独培养主播，在快手、抖音等平台自主做营销怎样？  单一品牌方丰富度可能存在不足，因为对主播每天带货的品类数量有一定要求，这样才能吸引更多的客户。但是对于单一品类方来说品类相对较少，在培养主播过程中可能存在困难。  问题8:公司是否考虑和供应链代工厂开展业务合作？  看合作形式，也可以定制，但不是公司主要的业务。  问题9:如何看待品牌商在直播电商兴起后的发展？  疫情客观上加速了产业重塑、洗牌，形成很多渠道产品的分化。不注重品牌建设、研发，也没有积极拥抱新变化的品牌，可能面临经营压力。积极拥抱时代变化，投身直播电商行业，但不注重品牌建设的品牌，预计也难以长远发展。积极拥抱新变化，同时注重品牌建设公司，才能适应市场变化实现发展。  公司的定位还是做渠道，帮助品牌曝光、销售货物。只有最后把货物卖出去才是王道。合适的东西卖到合适的价格，价值链传导才会更健康。线下链条很长，传导效率较低，例如服装的反季，效率低，尤其遇到疫情抗风险能力很差。这样看来直播电商的存在有自己的合理性。 |
| **附件清单（如有）** |  |
| **日期** | 2020年5月20日 |