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：2020-005

|  |  |
| --- | --- |
| 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 | 中银基金 欧阳力君、石婧  泰康资产 陈虎、闫子岩  中意资产 周陆、周欣  中信证券 孙雯雯  东方证券 罗茜  天风证券 邱天  华融证券 刘捷  中新融创 秦晋  泛海投资 孙聪  东方光石 刘佳鹏等30余位 |
| 时间 | 2020年11月6日13:30-16:00 |
| 地点 | 北京市丰台区诺德中心二期11号楼38层会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事长兼首席执行官 隋国栋先生  董事会秘书 柳伟亮先生 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 1. 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：公司主要业务及商业运营的逻辑、经营业绩以及定增项目进展等。   1. 交流互动环节   参会的各位分析师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. **本次定增项目的进展如何？**   为了匹配公司战略升级及新业务布局，积极构建多元化的内容平台和站外流量生态，公司于今年上半年推进了7.285亿的定增项目，该定增项目已于10月30日收到证监会出具的《关于同意北京值得买科技股份有限公司向特定对象发行股票注册的批复》并进行公告，目前公司正在为项目发行做相应的路演等筹备工作，预计将于近期启动正式发行。   1. **定增主要的投资方向有哪些？**   本次定增项目发行完成后，扣除发行费用的募集资金净额将用于以下项目：（1）内容平台升级项目指主要围绕“什么值得买”平台进行升级，如增设直播、短视频频道与功能，通过更优质、专业、深度的消费内容提升流量变现效果；（2）多元化消费类MCN项目拟孵化和签约优秀KOL在国内主要电商、短视频平台进行消费内容推广，实现多元化优质消费内容的多元变现；（3）消费互联网研究院项目致力于消费互联网领域的深度研究，同时联合不同领域佼佼者共同打造互联网智库平台；（4）补充流动资金项目。   1. **值得买平台的核心优势是什么？**   值得买起源于创始人隋国栋先生的博客，从成立之初起坚持以优质内容为核心，目前平台定位于消费内容社区，以低成本的UGC内容为基础，为消费者提供多元化优质消费内容，解决用户消费决策的痛点，满足其能省会花的消费诉求，同时随着产品的不断迭代，用户可以在值得买平台上拥有一站式购物体验。伴随着优质内容的积累，公司积累了一批高质量、忠诚度较高的用户，用户规模及黏性有望持续增长。在内容生产上，我们已经形成了一个非常良性的循环。凭借好品牌、好商品、好价格组成的优质内容，我们获得了用户的信任与口碑，凝聚了一大批乐于分享消费见解的优质用户；而在用户信任的基础上，我们提倡有温度的社区氛围，提倡分享与互助，并不断加大对用户创作的激励机制；而在整体社区氛围的影响下，站内用户创作、分享积极性进一步提升，从而为站内提供源源不断的消费内容。   1. **值得买对拓展多元化的用户是如何规划的？**   值得买以数码3C、运动户外等内容起家，在自然增长的情况下，积累了一批以男性为主、主要分布在一二线城市且具有一定的消费能力的新中产用户。建立在此基础之上，公司希望通过拓展品类与内容，并将其通过直播、短视频等更丰富的形式进行展示，为消费者呈现出不同定义的“值”，以满足消费者的多元化需求，从而触达更广泛的用户群体，以实现用户规模的增长。同时公司拥有规模化的技术团队，在产品研发方面投入了大量的人力、物力，希望通过“千人千面”的算法实现个性化的内容推荐，在“破圈”拓展用户的同时，也能很好地平衡原有用户的内容需求。   1. **如何做内容创作者的激励？**   公司在营造社区氛围上，对优质内容、对作者充分的尊重。对于意见领袖来说，他们的最核心诉求不仅是物质，还是被认可、被尊重。公司为达人提供交流的平台，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。同时，公司也对平台上的活跃用户提供金币、碎银奖励，并通过提供商品测评获得免费商品等物质奖励，来提高内容的质量和提升平台活跃度。公司不定期也会举办各类有奖征稿和各类活动，通过兴趣激发创作者的参与热情，并发放一定的物质奖励。   1. **值得买如何运营短视频的内容？**   目前来看，真正做短视频类消费内容的公司并不多，值得买作为一家专注于产生消费内容的公司，在短视频这个赛道上，仍然会坚持创作高质量的消费内容，对某个垂直品类的高质量消费内容进行整合，提升消费者获取信息的效率。公司将在站内和站外抖音、快手、B站等平台上孵化一系列垂直于消费内容的账号，向互联网用户传递对消费类内容的理解，并产生商业化的协同价值。   1. **公司对后续的投放是如何规划的？**   今年公司采取了更为积极的用户获取策略，上半年的费用投入与去年全年相当。公司增加了对符合品牌调性的渠道投放，通过对这些投放渠道的进行测试，我们发现取得了一些良好的效果，新用户的质量和留存率都比较高。总体来看，公司投放的策略并不是盲目的，内部将根据数据模型对投放的价值贡献进行相应的测算，选择适合公司的渠道加大投放力度。   1. **布局星罗业务的原因是什么？**   近年来“直播带货”快速发展，但发展的过程中逐渐显现出如主播两级分化严重、商品质量参差不齐等行业痛点，因此我们希望基于值得买发展十年来对消费领域的理解与洞察，能够更好地连接品牌主与MCN机构，通过技术等手段提高双方的匹配效率，进一步提升产业链各方的变现效率。   1. **如何理解星罗的业务模式在产业链中长期存在的必要性？**   网红带货涵盖招商选品、达人匹配、寄送样品、评测反馈、直播排期等多个环节，整个业务的履约过程较长且较为复杂，星罗等服务商的存在有利于直播电商生态的长期稳健。作为连接品牌主与达人的中间服务商，星罗从启动初期便建立了大规模的招商团队，并且通过构建标准化的业务流程来提升交易效率。此外，星罗并不局限于单一平台，通过覆盖抖音、快手、B站等多元化的平台使商品能够辐射更广泛的受众，以此提升品牌主的销量。  **10、如何看待值得买中长期业绩增长的驱动力？**  为了实现业绩增长，公司目前主要在以下几个方向作出了积极的努力：（1）通过提供更加丰富的内容满足用户的多元化需求，以及站内站外的协同效应，触达更加广泛的用户群体；（2）通过多元化的资源布局，为品牌客户提供更多样的服务，从而获取更多的品牌主预算投入；（3）在现有的商家资源基础上，持续拓展行业品类，通过覆盖更多的品牌并为其进行服务来实现收入的增长。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2020年11月6日 |