

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：2021-007

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：电话会议
参与单位名称及人员姓名	嘉实基金 谢泽林 兴全基金 朱可夫 常州新发展 苏文权 中意资管 周欣、周陆、黄轩 泰康养老 吴丽霞 财通基金 苗瑜 湘财基金 尤鑫 中加基金 于成琨 国寿养老 高媛媛 新华基金 王达 东北证券 钱熠然 东方证券 项雯倩、吴丛露 国元证券 李典、徐熠雯 广发证券 徐呈隼 开源证券 林瑶 海通证券 毛云聪、陈星光 国泰君安 李芋漪 国盛证券 杜玥莹、毕筱璟

	<p>中金公司 郑慧琳</p> <p>招商证券 丁浙川</p> <p>国海证券 姚蕾、朱珠</p> <p>申万宏源 赵令伊、曹敦鑫</p> <p>西南证券 张闻宇、胡玉滔</p> <p>新时代证券 马笑等 80 余人</p>
时间	2021 年 10 月 27 日 17:00-18:00
地点	电话会议
上市公司 接待人员 姓名	<p>董事会秘书 柳伟亮先生</p> <p>首席财务官 李楠女士</p> <p>证券事务代表 高晗女士</p>
投资者关 系活动主 要内容介 绍	<p>一、 介绍公司 2021 年前三季度经营情况</p> <p>董事会秘书柳伟亮先生对 2021 年前三季度经营情况进行了整体概述：</p> <p>从去年开始，公司基于既有的“什么值得买”消费内容社区业务，开始大力推动公司的战略转型。今年的 3 月 18 日，公司在上海召开了战略发布会，明确了在坚持以消费内容为核心的基础上，深入布局消费内容、营销服务和消费数据三大核心板块的战略。通俗来讲，公司正在新的战略指引下，推动公司从单一的“什么值得买”业务，围绕消费内容、营销服务和消费数据三个方向，进行多元化业务的拓展。目前公司投入资源比较多且有明显成效的主要包括推动“什么值得买”加快向多元化的内容社区转型、消费类 MCN、商品与媒体匹配的全链路服务（以下简称“人货匹配业务”）和新媒体平台代运营服务（以下简称“代运营业务”）等几个方向。</p> <p>从具体业绩上来看，7-9 月公司实现营业收入 33,322.45 万元，同比增长 83.10%；实现归属于上市公司股东的净利润为 1,895.79 万元，同比增长 14.74%；实现扣除非经常性损益后归属于上市公</p>

司股东的净利润为 1,727.15 万元，同比增长 18.37%。

1-9 月公司实现营业收入 96,508.64 万元，同比增长 77.21%；实现归属于上市公司股东的净利润为 10,377.45 万元，同比增长 21.99%；实现扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润为 9,468.47 万元，同比增长 28.67%；实现扣非扣除股份支付归属于上市公司股东的净利润为 11,326.35 万元，同比增长 33.94%。

从营业收入构成来看，“什么值得买”延续稳健增长态势，新业务快速爆发并在营业收入中的占比明显提升。7-9 月“什么值得买”产生收入为 20,613.27 万元，占比为 61.86%，同比增长 22.25%；新业务产生营业收入为 12,709.18 万元，占比上升至 38.14%，同比增长 850.20%。1-9 月“什么值得买”产生收入为 64,812.84 万元，同比增长 25.08%，占比为 67.16%；新业务产生收入为 31,695.80 万元，同比增长 1098.90%，占比为 32.84%。去年全年，新业务在公司营收中的占比仅为 8.61%，公司在新的战略指引下，在营销服务等新业务方面实现了快速发展。

电商行业有两个比较大的促销季，一个是 618，一个就是即将到来的双 11，第三季度是一个相对的淡季，一方面受行业淡季的影响，另一方面也是因为备战双 11 提前投入一定的资源，将会体现在第三季度的业绩中，所以每年第三季度的数据也相对平淡一些。

综合前九个月的业绩情况来看，公司的营业收入实现快速增长且利润保持稳定增长，同时公司投入更多的资源推动“什么值得买”向消费内容社区转型，并加快新业务的孵化速度。希望未来公司通过整体战略转型和面向未来的投入给投资者更好的答卷。

二、 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、 下半年新业务的拓展情况及利润率水平变化如何？

新业务版块，公司通过星罗、有助等主体开展，核心业务方向分为两大类，即人货匹配业务和代运营业务。第三季度，新业务合计确认 GMV 约在 10 亿左右，目前构成中人货匹配的占比较高。在人货匹配业务上，公司在已经跟众多电商商家和品牌商建立合作的基础上，积累了丰富的商品资源，目前拓展的重点在流量渠道上，希望能跟更多拥有流量的达人、媒体建立合作。在代运营业务上，公司在不断加大与品牌客户的合作力度，新拓展了抖音支付、Olay、爱慕等品牌客户，取得了不错的进展。

从新业务利润率来看，代运营及相关服务业务毛利率约为 15%（该数据在 2021 年半年报中有所披露）；人货匹配业务的毛利率相对较高，基本可类比“什么值得买”业务的毛利率。

2、三季度新业务毛利率如何？预计是否能够达到稳态水平？

新业务中人货匹配业务以收取服务费为主，毛利率与“什么值得买”业务类似，只是该业务相较于主站发展时间不长，在短时间内有比较高的资源投入，因此短期内低于“什么值得买”业务的毛利率；代运营业务毛利率在不同品类、不同客户之间都存在差异，即使是同一个客户随着合作时间拉长及服务能力提升都会带来毛利率的变化，目前代运营业务综合毛利率在半年报中披露数据为 15%，三季度基本维持差不多的情况。在代运营业务方面，公司会具体到每一个客户或者直播间进行评估，剔除低效环节，不断提高运营效率；此外，随着对客户服务能力的提升，公司不断获得客户的认可，在与客户谈判时将更具有主导性，从而有利于毛利率水平的提升。

3、新业务中不同类型收入贡献的占比为多少及具体的收入确认模式如何？

1-9 月新业务营业收入占比为 32.84%，核心是由人货匹配业务的服务费，以及代运营及相关服务带来的收入。代运营业务又分为两种方式，一种为经销类模式，收入体现为商品的 GMV；另一种为

代运营模式，收入体现为服务费。

4、预计新业务的收入和利润贡献占比在未来会是一个什么样的情况？

目前新业务在营业收入中已经占有一定的比重，而且是在短期内实现了快速的增长。

在第三季度，公司进行了细致的战略复盘以及未来一年的战略研讨，结合公司目前业务的发展状况，公司将未来一年的战略指导方针设定为效率优先。过去一段时间，在公司的各个业务上都投入了大量的资源，需要一段时间花大力气在管理和内部流程的优化和提升上，为的是充分发挥这些资源的使用效率。结合这样的背景，预计在新业务收入继续增长的背景下，对公司整体利润的贡献将有提升。

5、“什么值得买”在报告期内是否产生一些新变化？

1-9月“什么值得买”产生的收入增速高于GMV的增速，产生这一变化的核心原因在于公司在今年的3月对“什么值得买”进行了10.0改版，改版的核心目的是希望让产品能够承载更多元化的内容，同时也在分发逻辑上更加强调多元化的内容。除了数码3C等核心品类，公司增加了其他品类内容的生产引导以及分发，同时除了好价内容，也增加非好价内容的生产引导和分发。

数码3C产品的客单价较高，但是佣金比相对较低，而其他品类的客单价比较低，但是佣金比相对较高，所以导致营业收入的增速要快于GMV的增速。同时内容分发逻辑的变化也为平台带来了更多的合作品牌，广告收入持续增长。

6、人货匹配业务和代运营业务之间是否存在一定的业务协同？

目前来看，这两块业务还是有比较好的协同。公司切入人货匹配业务相对较早，之后又拓展了代运营服务。以代运营业务中所服务的品牌为例，公司在为其提供抖音账号、抖音小店等代运营服务的同时，也在利用手中的达人等流量资源帮其带货，这样从一个更

综合的维度上为品牌带来更好的 ROI，两块业务之间也产生了非常好的协同。

7、有助与南极人的合作进展如何？预计何时会对业绩有所贡献？

公司于 2021 年 3 月 16 日披露了《关于控股子公司签订〈品牌授权合同〉的公告》，从合作以来，双方进行了密切的合作，并共同深度探索了抖音渠道的业务开展模式，在过程中对自营、分销、达人合作和授予商标使用权等模式进行了多种尝试和验证。经过上半年对南极人供应链体系、抖音渠道南极人原有销售商体系和有助新开发的分销商体系的合作与拓展，综合以上各种模式特点，有助团队明确了下一阶段的业务定位将是为南极人供应链体系与抖音渠道的达人体系提供人货匹配的服务。同时，有助将商标使用权的授权费计入收入，类似于佣金的模式，预计该业务收入在整体营收中的占比不会特别大，对收入结构、成本费用结构影响也不会很大。

8、上半年品牌客户占比有明显提升，从 Q3 来看是否有变化？

Q3 来看，品牌客户的收入占比基本维持上半年的情况。在双十一期间可能因为季节性的影响产生一些变化，但整体来看应该还是基本一致的。

9、在效率优先的战略指引下，预计 Q4 及未来公司的利润率将有何变化？

公司在 Q3 确定了提升效率的战略指导方针，目前各业务单元正在基于这一战略逐步落地相关的举措，预计对业绩的反应将在明年逐步呈现，如新业务上的人效提升及毛利率优化等指标上。

核心是在过去一年里，公司随着新业务的拓展在比较短的时间里投入了大量的资源，这是业务发展过程中必须的一个过程，目前现有的人员以及其他资源投入能够支撑公司在未来一段时间内的扩张，所以接下来战略重心将转向内部管理以及运营水平的提升，提升资源投入的效率。当然也可以理解，在一些核心的新业务上，

	<p>行业仍处在快速的发展中，公司也对继续的高增速有较高的诉求，只是说相比之前更多考虑增长，目前希望做到增长与效率的并重。</p> <p>10、目前双十一的业务开展情况如何？</p> <p>公司在双十一活动的开展上主要分为两方面：①在新业务方面，公司主要是为品牌提供服务，所以双十一主要跟着品牌节奏进行，配合品牌进行相应的资源投入与工作开展；②在“什么值得买”业务方面，从目前来看传统电商渠道对外部渠道会更加重视，而且佣金政策从目前来看比往年要好一些；近两年双十一节奏较往年有明显拉长，从目前来看 GMV 增速及所产生的营收都还算符合预期，但整体情况仍需要随着双十一活动的进一步开展再进行观察。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2021 年 10 月 27 日</p>