

证券代码：300785

证券简称：值得买

公告编号：2022-017

北京值得买科技股份有限公司 2021 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所为中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以实施权益分派股权登记日登记的公司总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 7.00 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 5 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	值得买	股票代码	300785
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	柳伟亮	高晗	
办公地址	北京市丰台区诺德中心二期 11 号楼 39 层 证券部	北京市丰台区诺德中心二期 11 号楼 39 层 证券部	
传真	010-56640901	010-56640901	
电话	010-56640901	010-56640901	
电子信箱	ir@zhidemai.com	ir@zhidemai.com	

2、报告期主要业务或产品简介

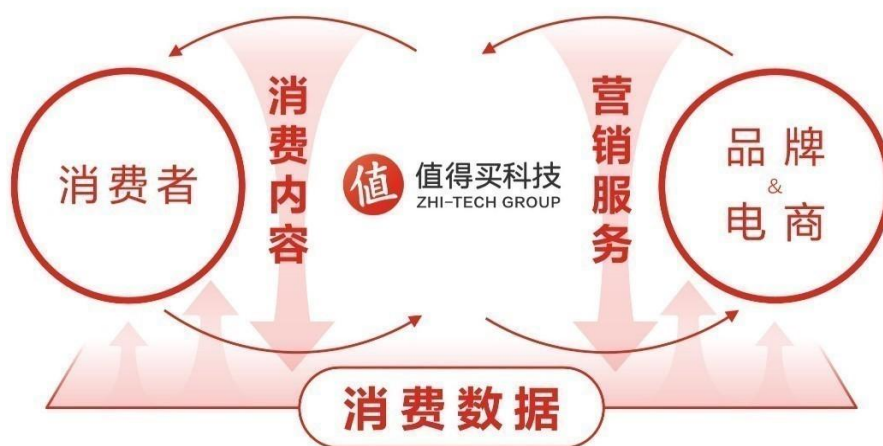
（一）公司主营业务

北京值得买科技股份有限公司成立于 2011 年，2019 年 7 月 15 日正式登陆深圳证券交易所创业板 (SZ. 300785)，是一家专注于消费产业的科技企业。公司以“让每一次消费产生幸福感”为使命，致力于成为全球最懂消费的科技公司，创造消费信息自由流动的美好世界。

十多年来，公司始终坚持以消费内容为核心的发展战略，打造了互联网上独特的消费内容社区“什么值得买”，包含“什么值得买”网站（www.smzdm.com）及相应的移动应用。在“什么值得买”上，用户可以通过图文、短视频等多种方式分享高性价比、好口碑的商品及服务，为更多用户提供高效、精准、专业的消费决策支持，并基于此形成深层次的互动关系。经过多年的用心经营和耐心积累，“什么值得买”已经拥有了一批受教育程度高、消费能力强、忠诚度和活跃度都很高的用户群体。由此，“什么值得买”也成为了电商、品牌商等获取用户、扩大品牌影响力的重要渠道。

近几年得益于消费内容在吸引用户、留住用户、增加用户黏性、传递品牌价值、提升用户归属感以及满足用户高层次精神需求等方面的巨大价值，电商和品牌商对消费内容的需求度、重视度和投入度都在日益增加。基于这样的背景以及公司十年来在消费内容领域的积累，为抓住内容重塑消费产业格局的巨大行业机会，自2021年开始，公司进行了全面的战略升级：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，从而不断提升电商/品牌商（B端）和用户（C端）之间的连接效率，推动公司长期稳定发展，实现更远的社会价值。

图：三大核心业务板块



2021年，在新的战略指引下，公司围绕消费内容、营销服务和消费数据三大核心业务板块，在继续强化“什么值得买”核心竞争力的同时，重点推进了消费类MCN、商品与媒体匹配的全链路服务、代运营服务、品牌营销服务、消费数据产品与服务等新业务方向的孵化。从短期来看，公司希望通过多元化业务方向的探索，形成对电商以及品牌商更为立体化的服务体系，实现用户价值、客户价值以及公司价值的最大化。从长期来看，公司希望通过在消费内容和营销服务等业务板块的探索，获取全方位且更为鲜活的消费数据，打造基于数据的面向用户和客户的产品与服务，推动公司商业模式的全面升级。

具体来看，三大业务板块核心业务模式如下：

1、消费内容板块

近年来，一方面，伴随线上商品的日益丰富及内容产业的不断发展，海量的商品信息增加了消费者的决策成本，提高了消费者的决策难度，因此消费者需要更加高效地获取有效的商品信息，以提高消费决策效率；另一方面，随着电商行业竞争的日益加剧，线上获客成本不断攀升，电商平台更加注重流量的精细化运营及优质流量的渠道资源，同时品牌商更加关注品效合一的营销效果。

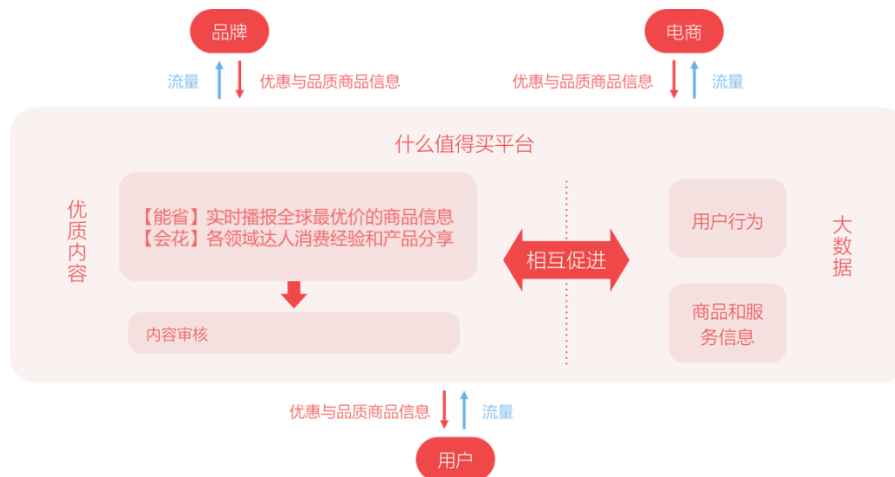
在消费内容板块，公司继续发挥在消费内容领域的先发优势，加强内容生态建设、提升消费内容的广度和深度，帮助用户、内容创作者及KOL高效、专业、专注地产出高质量的消费内容，为消费者及品牌方提供类型多元化、质量专业化、数量规模化、场域多样化的优质内容。公司通过消费内容社区“什么值得买”及消费类MCN共同构建消费内容板块，形成了覆盖站内到站外面向用户的消费内容体系，和面向客户的整合营销体系，助力电商以及品牌商实现品效合一。

(1) 消费内容社区“什么值得买”

“什么值得买”是一个由用户驱动的消费内容社区，通过用户对每一种值的分享，让来自用户的真实声音帮助更多用

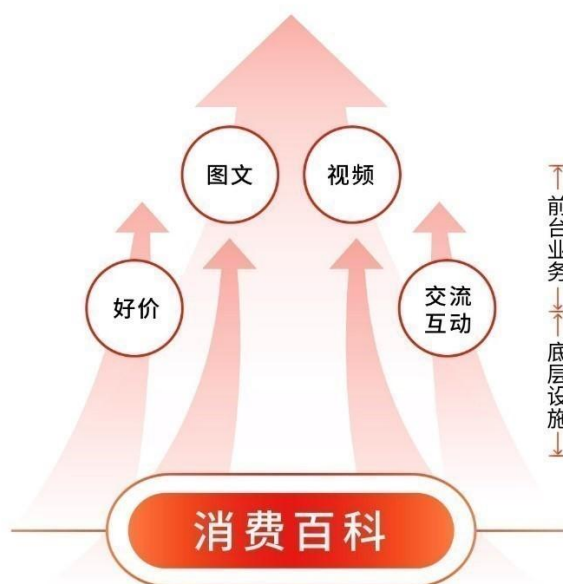
户，实现良性循环。目前，“什么值得买”已经形成了用户驱动的消费内容创作生态，积累了一批高黏性、高质量、高活跃度的用户群体和有价值、有温度的消费内容。2021年，站内来自于用户贡献的内容（UGC）发布量占比达到了70%以上，用户每天不断在平台上分享实用的购物攻略、专业的评测报告、真实的晒物体验、开箱视频以及精选的新品资讯等内容，为更多用户的日常购物决策提供辅助，并以此获得认同与价值共鸣，形成基于兴趣的深层次互动关系。

图：“什么值得买”消费内容生态



2021年，为了抓住内容行业巨变带来的发展机遇以及更好地满足用户的期待，公司上线了“什么值得买”App10.0全新版本。依托“消费百科”这一底层结构，App10.0对首页、好价、百科及社区均进行了全新的改版升级，旨在打造基于Wiki式的消费内容社区，以同时实现“内容更多元”和“推荐更精准”两大目标，帮助各圈层的消费者买到“值得买”的商品。此外，改版后的“什么值得买”还推出了【值法】，将消费信息进行了更加细致的区分，帮助用户提高信息获取的效率，提升消费的幸福感受。

图：Wiki式的消费内容社区



建立在优质用户群体与优质消费内容的基础上，报告期内，公司通过“什么值得买”为电商、品牌商等提供信息推广服务。根据收费方式的不同，该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和移动应用直接展示电商、品牌商等客户的相关商品或服务信息，将用户引流至电商、品牌商官网，根据用户实际完成交易金额的一定比例向电商、品牌商等获取的收入；广告展示收入是指通过在公司网站和移动应用为电商、品牌商等客户提供广告展示等营销服务，向电商、品牌商等客户获取的收入。

图：“什么值得买”盈利模式



(2) 消费类MCN

在新的消费内容生态下，基于对消费的深度理解，公司积极布局消费类MCN业务，通过孵化、签约等模式，在抖音、快手、小红书等外部平台打造有影响力的专业消费类IP账号矩阵，扩大公司消费内容在全网的影响力。

公司的消费类MCN业务通过旗下子公司多元通道开展，多元通道专注于垂直品类的消费内容，致力于在全网构建具有影响力的消费内容账号矩阵。该类内容账号矩阵立足于满足用户丰富的消费需求和多元化的消费场景，通过孵化自有账号与签约外部账号相结合的方式，与公司内部的内容专家以及外部达人等展开合作，为其提供包含培训、内容创意及制作、供应链资源、法务、公关等在内的服务支持，帮助其在国内主要短视频、电商平台进行内容推广，扩大粉丝规模。在此基础上，多元通道通过旗下账号为品牌商提供信息推广和品牌营销服务实现商业化变现。该类收入体现为信息推广收入和品牌营销收入。



2、营销服务板块

随着移动互联网以及短视频、直播等内容形式的发展，消费内容呈现出了巨大的价值，很多新兴的品牌借助对内容营销的有效运用而快速崛起，很多传统的品牌也在积极思考如何在内容时代焕发新活力的崭新命题。

基于多年来建立起的对消费内容的理解和电商、品牌商等客户资源的积累，公司依托于消费内容社区“什么值得买”和消费类MCN业务构建的站内外流量体系，深入布局营销服务板块，通过内容为电商、品牌商赋能，帮助他们抓住内容时代的巨大红利，实现跨越式发展。

报告期内，营销服务板块主要为电商、品牌商提供三类服务：

（1）商品与媒体匹配的全链路服务

商品与媒体匹配的全链路服务主要由公司旗下子公司星罗负责。

星罗收录了来自于天猫、京东、苏宁、拼多多、抖音等平台的众多商家资源，并通过对海量的媒体资源，实现精准的人货匹配，助力商家的高效推广，助力媒体的高效变现。此外，星罗自成立以来非常重视在技术领域的投入，致力于打造基于技术驱动的商品与媒体匹配的全链路服务平台，既帮助达人解决带货时对高品质商品及服务的需求，又帮助电商和品牌商找到精准的用户群体，为品牌及商家提供过包括抖音、快手、微博、社群、导购APP在内的全渠道带货服务，为品牌及商家在全渠道整合营销上带来成果，效率等多维度的全面提升。

报告期内，星罗开展的商品与媒体匹配的全链路服务，通过为各类媒体提供电商、品牌商等广告主的需求信息收取一定的服务费。该类收入体现为互联网效果营销平台收入。

（2）代运营服务

代运营服务主要由旗下子公司星罗和有助负责，一方面，星罗和有助依托公司在消费领域和内容创作方面的积累，通过将电商代运营和内容代运营两种能力有机结合，能够帮助品牌商制定全盘布局的立体化运营策略；另一方面，与单一代运营服务商可参照的运营数据相比，星罗和有助可以依托公司的大数据资源和能力支撑前端高效运转，还可以结合品牌商自身资源数据，为其一对一制定运营策略，提升品牌的销售效率。

具体而言，星罗和有助可以为电商及品牌商提供如下的服务内容：

①天猫、京东、拼多多等主流电商平台的全域电商运营，包括品牌线上传播、线上店铺运营、商品销售等在内；

②为抖音、快手等平台的品牌商提供包括官方账号建设及代运营、直播代运营、新媒体小店代运营、营销策划、达人营销、商业投放、巨量引擎科学营销（云图分析及应用）等在内的全域内容运营。

报告期内，根据结算方式的不同，公司的代运营服务可以分为服务费模式和商品零售模式。服务费模式下，公司向客户提供店铺、账号等的运营管理服务，收入体现为运营服务费收入；商品零售模式下，公司在第三方电商平台开立店铺，向用户直接销售商品，收入体现为商品销售收入。

（3）品牌营销服务

新流量时代，品牌和其他组织开始探索传统电商、直播电商、私域营销、线下门店在内的全渠道布局。面向不同渠道消费者决策链路，品牌和其他组织需要重新制定营销策略、整合营销资源，过程中会面临营销策略不清晰、流量投放效果差、营销组织效率低、资源整合成本高等痛点。

面对品牌和其他组织的多元化营销需求，值得买科技基于深厚行业积淀、完整的业务布局和优质内容能力，协同公司资源，为品牌和其他组织提供从品牌咨询、营销策划、互动营销、KOL对接、内容制作、精准投放到效果监测等覆盖线上线下的定制化营销解决方案，满足客户从内容到口碑、从流量到销量、从种草到拔草、从传播策略到媒介采购的全方位需求，帮助品牌和其他组织在消费者决策链路的每个关键节点建立交互触点，实现营销闭环。

报告期内，公司通过为品牌和其他组织提供品牌营销服务获得收入，该类收入体现为品牌营销收入。

3、消费数据板块

公司从最初的消费内容业务向营销服务等方向延展，可以借助更广泛的业务触达消费者、品牌主，并依托所沉淀数据对消费产业形成更深层次的理解。目前随着公司逐步沉淀来自于消费内容业务板块和营销服务业务板块等的更多数据资源，已形成一个能够涵盖人、货、场等多种维度的底层数据体系。截止报告期末，公司商品数据库已经收录了21万+品牌、1,017万+聚合商品。这也是“什么值得买”上的消费百科频道得以建立的重要基础。这些数据一方面提升了“什么值得买”平台结构化展示商品信息的能力，提升了“什么值得买”平台搜索与推荐内容分发的效率，另一方面在对外输出消费数据产品与服务等方面也发挥重要作用。



此外，2021年，基于已经积累的数据，公司成立全资子公司北京数值信息有限公司（以下简称“数值信息”）负责公司数据平台产品的开发和应用。数值信息以消费数据为要素，以数字化技术为引擎，整合公司数据资源与能力，打造消费数据平台，提供数据服务、决策支撑及价值运营，提升消费者与商品、品牌之间的链接效率。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增减	2019 年末
总资产	2,231,802,952.24	1,967,630,880.47	13.43%	1,039,495,100.59
归属于上市公司股东的净资产	1,781,096,249.75	1,652,976,016.14	7.75%	750,861,284.38
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	1,403,140,609.28	909,566,133.16	54.26%	662,029,241.06
归属于上市公司股东的净利润	179,525,617.95	156,786,537.01	14.50%	119,029,332.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	167,784,578.22	143,806,981.22	16.67%	107,249,426.40
经营活动产生的现金流量净额	94,808,156.18	166,755,238.75	-43.15%	130,045,957.72
基本每股收益（元/股）	2.03	1.95	4.10%	1.75
稀释每股收益（元/股）	2.03	1.95	4.10%	1.75
加权平均净资产收益率	10.59%	18.63%	-8.04%	23.45%

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	235,167,349.18	396,694,562.74	291,758,276.18	479,520,421.18
归属于上市公司股东的净利润	25,871,471.22	58,945,202.37	18,957,861.90	75,751,082.46
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	21,626,639.98	55,786,565.67	17,271,493.58	73,099,878.99

经营活动产生的现金流量净额	-13,580,629.35	28,116,426.96	3,645,064.15	76,627,294.42
---------------	----------------	---------------	--------------	---------------

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

√ 是 □ 否

2022年4月11日召开第三届董事会第七次会议、第三届监事会第六次会议，审议通过了《关于前期会计差错更正的议案》，同意公司根据《企业会计准则第28号—会计政策、会计估计变更或差错更正》及《公开发行证券的公司信息披露编报规则第19号—财务信息的更正及相关披露》的相关规定，对2021年第三季度的财务报表进行会计差错更正，本次会计差错更正不涉及追溯调整。具体内容详见公司2022年4月11日于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露的相关公告。

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	10,929	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	12,638	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
前10名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
隋国栋	境内自然人	38.92%	34,542,768	34,542,768	质押	5,442,577	
刘峰	境内自然人	11.20%	9,941,956	9,941,956	质押	1,530,000	
刘超	境内自然人	7.16%	6,354,961	6,354,961	质押	1,840,000	
北京国脉创新投资管理中心（有限合伙）	境内非国有法人	6.74%	5,978,326	5,978,326	质押	2,989,200	
共青城尚麒投资管理合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	2.69%	2,383,830	0			
全国社保基金五零四组合	其他	2.65%	2,349,927	0			
招商银行股份有限公司—兴全合润混合型证券投资基金	其他	2.15%	1,905,234	0			
中国光大银行股份有限公司—兴全商业模式优选混合型证券投资基金（LOF）	其他	1.54%	1,365,412	0			
中意资管—工商银行—新回报14号资产管理产品	其他	0.68%	605,100	0			
招商银行股份有限公司—东方红睿元三年定期开放灵活配置混合型发起式证券投资基金	其他	0.61%	538,499	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前十名股东中，隋国栋为国脉创新的普通合伙人、实际控制人，刘峰与刘超为国脉创新的有限合伙人；除此以外，未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。						

公司是否具有表决权差异安排

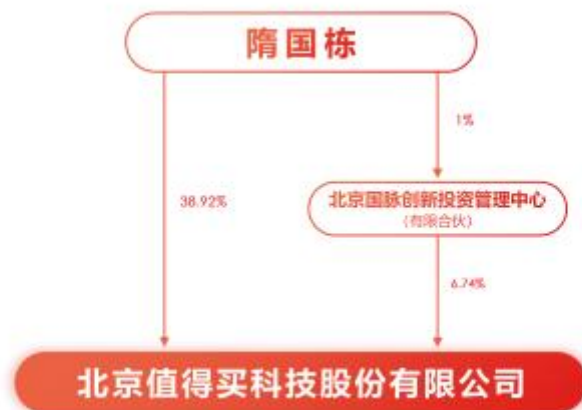
□ 适用 √ 不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

(一) 业务经营情况

2021年，面对消费行业出现的新特点和新趋势，面对内容行业发生的巨大变化，值得买科技积极推进公司战略的转型升级，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、消费数据三大核心业务板块，推动公司成为一家以消费产业和内容行业为根基，面向用户和客户提供多种产品与服务的多元化公司。

报告期内，在公司管理层和全体员工的共同努力下，2021年公司原有业务（主要指消费内容社区“什么值得买”）稳健增长，新业务成长迅速。报告期内，公司实现营业收入140,314.06万元，同比增长54.26%；实现归属于上市公司股东的净利润为17,952.56万元，同比增长14.50%；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16,778.46万元，同比增长16.67%。

分收入类型情况来看，信息推广收入为76,169.85万元，同比增长为33.06%，占比为54.29%；互联网效果营销平台收入为38,127.05万元，同比增长为13.59%，占比为27.17%；运营服务费用收入为13,484.97万元，占比为9.61%；商品销售收入为5,041.49万元，占比为3.59%；品牌营销收入为7,403.67万元，占比为5.28%。

分事业部收入情况来看，“什么值得买”产生收入为104,504.44万元，同比增长25.72%，占比为74.48%；新业务产生收入为35,809.62万元，同比增长357.20%，占比为25.52%。

报告期内，公司坚持原有业务消费内容社区“什么值得买”继续强化核心竞争力，不断围绕消费内容、营销服务和消费数据等方向孵化新业务并举的发展战略。2021年，在消费行业整体疲软以及疫情防控常态化的背景下，公司原有业务“什么值得买”实现了较为稳健的增长，消费内容生态不断完善；与此同时，相关新业务发展迅速，对营业收入的贡献度不断提升。

(二) 其他事项

1、2020年度权益分派

公司实施了2020年度利润分配方案：以实施权益分派股权登记日登记的公司总股本为基数，向全体股东每10股派发现金红利4.5元（含税），送红股0股（含税），以资本公积金向全体股东每10股转增0股。以公告披露日的公司总股本88,833,256股计算，合计派发现金39,974,965.20元，并于2021年5月25日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露了《2020年度权益

分派实施公告》（公告编号：2021-043）。

2、2020年限制性股票激励计划

（1）2021年1月29日，公司第二届董事会第二十九次会议与第二届监事会第二十一次会议审议通过了《关于向激励对象授予部分预留限制性股票的议案》，根据公司《2020年限制性股票激励计划(草案)》规定及2020年第一次临时股东大会的授权，经深圳证券交易所、中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司审核确认，公司完成了2020年限制性股票激励计划部分预留限制性股票授予登记工作，35名激励对象认购了公司授予的限制性股票合计127,250股，并于2021年3月23日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露了《关于2020年限制性股票激励计划部分预留授予登记完成的公告》（公告编号：2021-023）。

（2）2021年5月27日，公司第二届董事会第三十二次会议和第二届监事会第二十三次会议分别审议通过了《关于2020年限制性股票激励计划首次授予第一个解除限售期解除限售条件成就的议案》。同意首次授予的82名激励对象在第一个解除限售期解除限售限制性股票233,558股，公司独立董事发表了同意的独立意见，公司监事会发表了同意的意见，律师出具了相应的法律意见书。

（3）2021年6月9日，公司在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露了《关于2020年限制性股票激励计划首次授予第一个解除限售期解除限售股份上市流通的提示性公告》（公告编号：2021-049），公司2020年限制性股票激励计划首次授予第一个解除限售期解除限售条件已经成就，82名激励对象持有的233,558股限制性股票于2021年6月15日解除限售并上市流通。

3、董监事会换届

（1）2021年9月28日，公司召开第二届董事会第三十四次会议及第二届监事会第二十五次会议，并于2021年10月14日召开2021年第二次临时股东大会选举产生了第三届董事会成员及第三届监事会成员。

（2）2021年10月14日，公司召开第三届董事会第一次会议及第三届监事会第一次会议，选举产生了公司董事长、董事会各专门委员会委员、监事会主席，并聘任了公司高级管理人员、内审部门负责人及证券事务代表。

法定代表人：隋国栋

北京值得买科技股份有限公司

2022年4月27日