

广州若羽臣科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-001

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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	参与本次业绩说明会的投资者
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：王玉先生 董事会秘书、董事、副总经理：罗志青女士 财务总监：刘源先生 独立董事：张春艳女士
时间	2022年5月6日
地点	网络形式(全景网“投资者关系互动平台” https://ir.p5w.net)
交流内容及具体问答记录	<p>公司于2022年4月26日发布了《关于举行2021年年度业绩网上说明会的通知》（公告编号：2022-032）。公司于2022年5月6日通过网络形式（全景网“投资者关系互动平台”https://ir.p5w.net）举行了2021年度业绩说明会。针对投资者关心的问题进行了回复，详见全景网本次业绩说明会的交流内容。主要问题及回复如下：</p> <p>1、请问公司未来盈利收入主要在哪些方面，公司未来是主攻自主品牌，还是坚持电商代运营模式，业绩持续增长的动力在哪里？</p> <p>回复：尊敬的投资者，您好！从公司的收入结构看，截止2021年，公司自有品牌营业收入占公司总收入的5.74%，公司营业收入的87.41%仍然是代运营业务和渠道分销业务贡献。代运营业务作为公司的主业以及利润主要贡献来源，公司将进一步巩固代运营核心竞争力，加强品牌、渠道和能力建设，顺应大健康消费趋势，提升公司在大健康领域的市场影响力，实现代运营业务的稳健增长。在自有品牌方面，围绕客户需求和痛点，丰富产品种类，进一步做好内容营销和口碑打造工作，持续向消费者输出高品质产品。同时不断总结和提炼自有品牌建设中的经验，借助自有品牌在市场推广及数字营销上的持续创新，不断反哺代运营业务，实现代运营业务和自有品牌的能力互补。</p> <p>2、如何看待当前的电商行业，公司对行业是否仍有信心？</p>

回复：尊敬的投资者，您好！2021年下半年以来宏观环境及社会消费整体低迷，电商行业还面临流量分化、电商人口及流量红利期见顶，社交电商、内容营销等新兴电商渠道和销售模式对传统电商流量冲击明显等扰动，整体增长承压。2022年疫情的反复也对电商市场消费及产品发货造成一定影响。尽管目前市场存在压力，但是公司对行业及我国消费市场前景充满信心。从长期看，我国连续多年是全球第一大网络零售市场，行业存量空间以及新增增量容量巨大，同时随着党和政府全面建设“国家统一大市场”，市场潜力将不断释放。此外以电商为代表的数字化服务向四五线城市及乡村下沉，低龄及高龄网民群体规模不断增长、消费能力不断提升，拉动新兴领域消费需求。

3、请问前疫情对公司影响有多大？上海分公司是不是已经完全“瘫痪”？公司代运营的平台是否已经完全不能发货了？

回复：您好，感谢您的关注。目前疫情反复，公司积极响应配合政府的防疫工作，全力保障员工健康、保证公司正常运营不受影响。受本轮疫情影响，上海员工按照防疫政策实施居家办公，但公司整体经营有序，各项业务工作均有序推进。公司在全国多仓，公司通过多仓联动保证订单正常发货。通过公司积极有效的措施将疫情影响降至可控范围内。谢谢。

4、公司是否有涉足网红直播、网红经济领域？和字节跳动、快手等有没有合作？

回复：尊敬的投资者，您好！目前直播已经成为电商行业的标配，若羽臣作为电商综合运营服务商，直播是我们服务链条上的重要一环，公司通过组建直播团队，招募自有主播或者和行业内知名直播、网络达人合作的形式开展合作品牌的直播业务。近年来，公司从淘宝逐步扩大至小红书、抖音、快手等内容社交平台合作，不断丰富达人池并深化与优质达人的合作紧密度。感谢您的关注。

5、公司为了进军华东市场，实行双总部战略，请问在此战略下有没有取得实质性的效果？

回复：尊敬的投资者，您好！在广州+上海的双总部战略布局下，经过近一年的努力，公司上海运营团队已经初具规模，2022年一季度，新签约品牌中较大比例来自于上海客户中心。同时，在公司的精细化运营下，若羽臣合作的多个客户从服务内容和渠道上都有了新的延伸。在服务内容方面，由代运营服务延伸了包括店播、数据银行等方面的服务；在服务渠道上，从代运营单一渠道升级为多渠道运营，包括在天猫商城、天猫超市、阿里健康、拼多多、唯品会、小红书、苏宁易购、考拉海购等超过20个平台的服务渗透，与品牌方实现了更深度的业务绑定与合作。

6、公司的未来发展战略是什么，公司通过什么措施去实施上述战略？

回复：尊敬的投资者，您好！公司致力于“以客户为中心，为顾客创造价值的服务理念”，将若羽臣打造成为向国内外优质消费品牌提供全方位、全渠道、全链路的电子商务综合服务提供商。在代运营业务方面，公司将继续巩固代运营核心竞争力，加强品牌、渠道和能力建设，顺应大健康消费趋势，提升公司在大健康领域的市场影响力，精耕渠道，强化仓储管理、数字化运营、内容营销三大能力建设。在自有品牌方面，公司将通过内部孵化、外部投资等多种方式开展自有品牌建设，适时推出新品牌，围绕“科技+消费”的发展思路，加大产品研发和市场研究，为公司创造更多业绩增长点，进一步优化公司收入结构。在自身运营能力方面，加大研发投入，不断夯实公司竞争壁垒，推进大数据时代下的技术开发和应用，推进营销能力和运营能力的升级迭代。充分挖掘内容营销、新兴电商渠道、直播电商等流量变革下的时代机遇，布局新的业务增长点。

7、预期未来三年自有品牌的盈利情况？

回复：尊敬的投资者，您好！经过公司近一年的孵化培育，公司自有品牌发展迅猛，2021年度自有品牌已占公司整体收入近6%。2022年一季度，公司自有品牌已实现初步盈利，这是公司自有品牌发展的里程碑事件，有效证明了公司自有品牌的培育能力，也代表了公司自有品牌自有体能系统已成功搭建，绽家体系已具备一定的自我造血功能。下一阶段，公司在巩固绽家业绩及品牌口碑的前提下，将开展绽家品牌升级工作，丰富产品种类，持续向消费者输出高品质产品，力争再创新佳绩。感谢您的关注。

8、未来还有继续开发其他品类自有品牌的计划吗？

回复：尊敬的投资者您好，随着Z时代年轻消费圈层的崛起，在消费升级及个人护理关注度持续提升的背景下，个护家清领域朝品质化、精细化、个性化的方向发展。公司以内衣洗护赛道为切入点，打造新锐消费品牌绽家，提出“轻松简单高效”的品牌理念，经过一年的发展，快速在精致衣物护理垂直领域的突围。公司自有品牌除绽家外，还有Oasis等品牌，感谢您的关注！

9、公司目前有使用到虚拟主播吗？对虚拟主播贵公司如何规划和应用？

回复：尊敬的投资者，您好！公司密切关注行业前沿技术的研究和应用，公司目前在天猫店铺有使用天猫虚拟主播，在不同时间段，实现虚拟主播和人工主播的合理搭配，保证店播效果，提高消费者购物体验。公司高度重视包含虚拟数字人技术、动作捕捉技术在内的相关技术应用对电商业态以及消费者购物体

	<p>验的影响，加大自身在数字化领域的建设，借助数字化工具开展营销和内容创新，提升公司对合作伙伴的数字化赋能，提高消费者购物体验，感谢您的关注！</p> <p>10、请问平台经济这波政策对公司有影响吗？ 回复：尊敬的投资者，您好！近期政府提出“尽快出台支持平台经济规范健康发展的具体措施”。公司作为平台经济的重要参与者，高度重视国家相关政策法规，一直以来公司坚持规范管理，持续提升经营壁垒，不断提升公司市场竞争力。平台经济是我国经济的重要组成部分，平台经济的规范健康发展是电商人共同的期盼，公司期待随着相关政策的出台和实施，在政策红利下电商行业迎来新的发展机遇。感谢您对公司的关注和支持。</p> <p>11、公司的自有品牌取得了不错的成绩，并且已经占到营收的近6%，开始盈利，已经实现了由0到1的过程，请问公司有没有正在或者计划孵化其他自有品牌，实现由1到多的过程？ 回复：尊敬的投资者，您好！绽家在全场景营销的创新经验，为若羽臣沉淀了可视化的品牌增长方法，帮助品牌实现“从数据分析到营销落地”的全链路消费者运营，助力品牌的快速爆发和成长。未来公司将通过内部孵化、外部投资等多种方式推进自有品牌建设，围绕“科技+消费”的发展思路，在新消费赛道布局新的业务品类，加强不同细分市场的垂直打通及资源整合能力，为公司创造更多业务增长点。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>不涉及</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	<p>无</p>