

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：2022-002

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	公司投资者
时间	2022 年 5 月 12 日 15:00-17:00
地点	全景网“全景·路演天下”投资者互动平台(http://rs.p5w.net)
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 首席财务官 李楠女士 独立董事 肖土盛先生 保荐代表人 罗浩先生
投资者关系活动主要内容介绍	公司于 2022 年 5 月 12 日（星期四）下午 15:00-17:00 在全景网举办 2021 年度业绩说明会，本次业绩说明会采用网络远程的方式举行，业绩说明会问答环节主要内容如下： 1、公司对于市场占有率的提升和未来战略方向有何考虑和布局？ 2021 年 3 月 18 日，在上海的战略发布会上，公司发布了面向“第二个十年”的全新战略：布局消费内容、营销服务、消费数据三大业务板块，共创美好消费新生态。当前，线上内容生态发生的巨大变化，正在推动消费变革，而“消费内容+营销服务+

	消费数据”正是其中的三大驱动因素。值得买科技将按照上述三大业务板块布局，与消费者、创作者、电商和品牌共创美好消费新生态。基于公司制定的中长期核心战略以及战略执行情况，2022 年，公司设定的战略导向是：“效率优先”即要实现公司收入的高质量增长，并最大限度地提升各种资源的使用效率，保证公司战略的有效落地。实现收入的高质量增长是指要在过往的基础上，继续保持收入的稳定增长，并且收入的增长要有助于公司盈利水平的提升，有助于公司核心竞争力的培育和护城河的打造，有助于公司在产业的未来发展中占得先机。而提升各种资源的使用效率是指要提升公司的管理水平与技术能力。针对公司业务发展的各项资源投入，包括但不限于人力、软硬件设施等，要有严谨的投入产出计划，并严格把控执行过程，同时本着勤俭节约的精神，杜绝一切浪费。在发展导向上，要继续坚持技术驱动的根本原则，通过技术手段不断优化各种资源的使用效率，同时以创新的技术满足客户需求，提升公司业务的市场竞争力。 2、2022 年“什么值得买”App 新用户增长目标是多少？如何实现？ 加快“什么值得买”App 的发展是公司 2022 年的核心战略，具体措施如下：（1）坚定的推行“什么值得买”App10.0 的理念。吸引更多用户生产更丰富的内容，增加短视频、轻短内容以及提升生产内容的质量，为用户呈现多元化的内容；（2）实现多行业差异化的发展。公司在 2021 年度进行了细分行业运营上的尝试，并对运营人员进行了大幅度调整，希望未来能够在细分行业生产出有深度的内容及垂类产品；（3）坚定推行以“百科”为核心的内容生态。“百科”作为与其他社区类产品的差异化存在，过去并没有为用户带来良好的用户体验，未来将会以“百科”为基础而实现产品形态和经营理念的升级，给用户带来全新的体验；（4）算法层面，在符合国家相关推荐算法规定的情况下，对推荐算法进行进一步升级迭代，能够更加精准的识别用户的消
--	---

费层次、品牌喜好、消费需求等维度。

3、“什么值得买”App 是否有新的举措来开拓新用户？

“什么值得买”一直是以产品和内容能力推动用户自发分享和自主下载，这样的自然增长为主要的增长来源。相比采买流量获取增长，公司更愿意把资金投入团队、人才、创新产品这类内生增长能力上。这些年伴随着公司的利润稳步增长，值得买App 的营销预算也维持在一定的比例。最近“什么值得买”App 正在进行一轮营销策划，向消费者传递“什么值得买”App 与其他社区类App 产品的差异化理念和差异化价值，未来希望能看到“什么值得买”App 更快速的增长。

4、请问公司怎么看待 App 单用户平均每日停留时长的下降？公司采取了什么措施解决该问题？

“什么值得买”App 改版后，促进了内容创作的轻短化，内容的轻短化一定程度上影响了浏览时长。但是从这个社区生态上看，推动了社区内容 1.5 倍以上提升，轻短化让创作者规模有了大幅提升，社区更活跃。对于浏览时长，公司认为“什么值得买”相比同类产品一直维持在高位，一些产品和内容策略的改变与创新会对时长造成影响，这些属于正常的波动。公司核心的追求是提高用户获取信息的效率，只要这个效率提升了，公司服务用户的品质就在提升，变现能力就能提升，单纯的时长增长不是公司的追求。

5、公司对于“什么值得买”App 的推广战略是什么？

“什么值得买”App 一直坚持以优质内容为核心的发展战略，在推广上也是如此，公司相信优质的内容会自动引发用户的传播，从而为公司带来用户增长，所以虽然每年公司在营销推广上都有一定的预算投入，但最根本上公司还是愿意把大部分的资金和精力都花在优质内容的运营上，以此来获得用户和寻求发展。

6、请问公司一季度亏损的原因主要有哪些？

公司一季度亏损的原因主要有如下几方面：新冠疫情多地散发，特别是2月开始的上海疫情打乱了一些品牌和电商的营销投放计划，原本放在第一季度的营销预算出现了暂缓或者后置投放的情形，由此对公司的广告业务带来了影响。另外，多地散发的疫情和严格的管控措施，使得某些地方物流不畅，商品的妥投率出现下降，由此拖累了公司电商交易额（GMV）的增长，并最终影响了公司电商导购佣金收入的增长，以上两个因素使得公司的营收增长不及预期。2021年以来，围绕消费内容的主赛道，公司持续拓展新业务，人工薪酬以及与此相关的管理费用等有较大幅度的增长。第一季度是电商的淡季，但却是公司各项成本运行的高位。此外，公司的业务有明显的季节性，一季度是行业的淡季，历年来公司一季度利润的绝对值并不高，而且在全年中的占比相对也较低。

7、公司推出的世研指数目的是什么？

世研指数是公司在消费数据领域的布局，希望打造基于全数据和专业洞察能力的指数型产品与服务的科技企业，为企业、城市和文旅行业提供从舆情服务、营销传播到战略咨询在内的数字化营销传播综合解决方案。

8、请问公司下半年拟推出的消费数据服务的盈利模式是什么？

目前消费数据服务还在投入期，预计的盈利模式包括SAAS数据产品的售卖，以及针对数据产品的调研或者咨询服务，请具体以公司的业务实际开展状况为准，公司也会按照相关要求履行信息披露义务。

9、请问公司投资红毛猩猩的主营业务是什么？

公司投资的红毛猩猩主要从事品牌出海业务，是一家以“技术和数据”为核心，向中国出海品牌和卖家提供全方位营销解决

	方案的服务商。 10、“什么值得买”App10.0 上线之后差评不断,公司是否设有专门的人员进行统计并反馈至研发部门,目前公司App没有适配苹果的黑暗模式,请问公司是否不看好App用户? 首先完全不存在公司不看好App业务。在2022年的重点经营计划中,公司非常明确提出:进一步明确消费内容社区“什么值得买”在公司发展战略中的核心地位,并力求要加快推动“什么值得买”平台的发展步伐。“什么值得买”App作为值得买科技的核心产品,经过10.0版本升级后,以同时实现“内容更多元”和“推荐更精准”两大目标,为用户带来了更好的使用体验,帮助各圈层的消费者都能买到自己“值得买”的商品。 为了提升“什么值得买”的产品竞争力,结合社区升级一年来的用户反馈,接下来的重点工作是:重新梳理“什么值得买”平台的品牌定位以及价值主张,保证产品能够承载值得买科技战略升级的期待;对App产品以及运营机制进行不断的升级迭代,根据用户与市场反馈,打磨出最优质的产品;针对内容生产路径,提升内容生产与审核效率,打造更加健康的UGC与PGC内容生产生态;结合公司发展战略与消费内容行业的实际情况,制定科学可落地的增长策略。此外,公司有一个完善的用户运营和产品团队,时刻在关注来自于用户的声音,公司会综合考量所有用户的需求做出最有利于绝大多数用户的决策。 11、公司是如何构建值得买在数字经济时代的发展战略?公司的值数科技是准备做什么业务呢? 值得买科技是在数字经济时代创立并发展至今的一家公司。公司的理念是利用互联网、大数据、新媒体等先进的生产力工具,不断提升C端(消费者)与B端(电商和品牌商)的连接效率。具体而言,公司在用消费内容业务,通过高质量内容帮助消费者更好的了解电商和品牌,实现从认知到兴趣到搜索到购买到分享的全链路;用营销服务业务,帮助品牌主和电商更好的进行数字
--	--

化转型，提升线上的曝光、传播与交易规模；至于消费数据业务，公司希望借助其他业务板块的数据积累，来帮助电商和品牌主更好的通过数据对自己的业务品质和行业发展进行分析，进行科学决策。值得买科技的业务板块是一个全面服务 C 端和 B 端的多元化业务体系，在未来会持续产生业务上的复合收益。值数科技是值得买科技消费数据业务板块的创新业务，目前主要产品是一款 Saas 产品：“值数消费数据洞察平台”，以消费数据的技术和应用能力对电商、品牌商及其他合作伙伴进行赋能，帮助合作伙伴更了解行业、商品和消费者。

12、星罗的主要业务及商业模式具体是什么，并举例说明。

星罗主要有两块核心业务，分别是商品与媒体匹配的全链路服务和代运营服务。这两块业务是公司针对未来商业趋势进行的布局，具体而言：1）商品与媒体匹配的全链路服务。星罗收录了来自于天猫、京东、苏宁、拼多多等平台的众多商家资源，并通过对接海量的达人资源，实现精准的人货匹配，助力商家的高效推广，助力达人的高效变现；2）代运营服务。一方面，星罗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的有机结合，能够真正做到帮助品牌制定全盘布局的立体化营销策略，在全域范围内触达广泛的消费者；另一方面，与单一代运营服务商可参照的运营数据相比，星罗可以依托公司的大数据资源和能力。这些数据资源和能力除了可以帮助前端高效运转，还可以结合品牌自身资源数据，为其一对一制定营销策略，可以有效地提升品牌的营销效率。2021 年度，星罗成为了宝洁集团、欧莱雅中国、贝玲妃、抖音支付、妮维雅、当当、百雀羚、爱慕、贝德玛等客户在抖音平台的服务商。

13、能否具体介绍下星罗人货匹配业务的实现方式？

人货匹配是星罗的核心业务之一。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，并通过对接海量的媒体资源，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。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。该类收入在财报中体现为互联网效果营销平台收入。

14、公司新业务目前处于投入期，预计还需投入多久？

公司始终会在坚持现有核心业务的同时，不断投入资源进行创新，进行新业务的探索，以培育能够支撑公司未来增长的第二、第三曲线，这个路线是不会动摇的，而且也是符合企业发展的客观规律的。只不过结合过去一年多的探索，对于未来新业务的探索，公司会更加谨慎，会更加谨慎地选择方向，以及对投入和产出方面进行测算。对目前存在的业务，会更加大胆地根据业务的发展状况，做业务的关停并转，以及对有潜力的业务加大资源的投入。

15、传统上“值友”是以获取价格信息内容为主，面对 B 站、小红书等平台的用户分流，请问公司在短视频功能有何规划和应对手段？

价格类信息的服务能力一直是“什么值得买”App 区别于其他平台的核心能力之一。“什么值得买”在做好价格信息的同时，也在积极加快社区内容生态的完善，其中加大对短视频内容的生产以及分发是非常核心的一项举措，目前“什么值得买”短视频的发布量在逐步提升，日均渗透率在 10%左右，预计还将进一步提升。

16、星罗和有助 2021 年全年 GMV 是多少亿？22 年一季度 GMV 是

多少亿？2021 年，星罗人货匹配业务占 GMV 比重约多少？

星罗和有助业务在 2021 年度整体实现 GMV 在 50 亿左右。2022 年第一季度两个业务合计的 GMV 超过 10 亿。星罗人货匹配业务开展的相对较早，也较为成熟，在 2021 年星罗完成的 GMV 中人货匹配占有较大的比重。

17、随着疫情的好转，请问今年 618 购物节对公司业绩的提升会不会高于往年？

公司目前已经开始了对 618 的筹备，也正在跟电商平台和品牌商保持密切的沟通，公司希望随着疫情的好转，今年 618 能够有比较好的表现，具体还要看届时的情况。

18、请问公司有没有考虑利用影响力生产自有品牌？

“什么值得买”App 创业十二年，初心始终是通过优质内容来为用户、电商以及品牌商创造价值，所以公司一直避免自己卖货，用开放和中立的立场去描述消费市场上的真实情况。从这个角度，我们认为什么值得买业务不应该自己去投资或者生产自有品牌。但公司认为“什么值得买”的编辑和资深用户们是一群很较真的，很会选商品的人，在未来会打造一个认证品牌，用编辑和用户对好产品的认证能力，与一些优秀品牌的产品做联名款。希望这个尝试能让消费者闭着眼买好东西。

19、公司即将发布的品牌号，是否可以理解为“什么值得买”开展平台化的尝试？

品牌号是 App 上为品牌主提供的一个全新产品，升级自“什么值得买”过去建设的消费百科中的品牌页面，为品牌提供一个全面、严谨、实时更新、高互动性的呈现。过去消费者有很多查询品牌信息的需求，但通常在各种平台查询到的信息真伪难辨，或者片面。“什么值得买”一直致力于用各种创新的产品来不断提升品牌与消费者的连接，品牌号是一个新的尝试。这个产品，公司希望能成为消费者获取高质量信息、品牌主进行高质量传播的双赢结果。

20、公司再融资项目投入大量资金布局短视频和直播赛道,但目前公司该业务目前发展情况并不是投资者想要的把值得买转型成短视频和直播导购平台,请问公司未来对于该情况是如何看待的?

“什么值得买”平台上短视频的渗透率已经达到了 10%，目前还正在不断的提升过程中。而且公司的几个创新业务在直播和短视频等业务上，也都取得了一定的成绩。比如公司旗下多元通道经营的 MCN 业务已初具规模，依托抖音、快手、B 站、小红书等站外流量体系孵化和运营的账号已形成一定规模 IP 矩阵，其中公司内部孵化近 50 个行业垂类 IP，包括 “沉醉的小五狼” 3 个月增粉 50 万的酒类账号、“猪酱就大葱” 首个全网粉丝超百万的日百账号、“影音咖” 深耕耳机领域向用户传达有趣内容的影音账号；外部签约超过 120 个消费类 IP，包括美食类账号 “夏厨陈二十”、3C 类账号 “笔吧评测室” 及 “胖达 Moer” 等头部账号，其中与公司签署全约的达人覆盖粉丝超过 2,500 万，视频累计播放量超 41 亿次。

21、公司是否有考虑过通过股权转让引进巨头达成战略合作,比如股权转让/转卖一部分给腾讯等巨头,通过巨头的流量带动值得买的用户量?

公司认为转让股权及战略合作等方式并不是解决公司业务发展的根本问题，虽然这也很重要，但根本上还是需要公司自己把自己的事情做好，比如明晰的发展战略、优秀的团队等。在战略方面，公司坚持既定发展战略，布局消费内容、营销服务、消费数据三大业务板块，推进公司整体业务的健康、可持续发展，追求公司长期发展价值。未来，如果有与其他公司的战略合作，公司将会按照证监会以及交易所的要求履行信息披露义务，请您关注公司的相关公告。

22、公司对于增加营业收入有何具体的措施?

公司一如既往为客户提供高质量的服务,通过多元化品类和

	坚定的消费内容社区发展策略，提高新品类的占比和佣金水平；积极拓展与行业头部品牌的战略合作，并通过多元化业务布局和服务水平的不断提升，满足客户多维度全营销领域推广需求，从而提高客户的满意度。 23、公司在品牌宣传方面有什么更好的举措？ 公司一直坚持以优质内容为核心的发展战略，在品牌宣传上也是如此。公司认为优质的内容是会自己讲话和自由流动的，公司过去的成绩的取得有赖于此，虽然这条路相对慢一些，但是更稳一些，也更有利于长远。 24、请问值得买 2021 年年报中收入和现金流量表的销售收入差异的原因，是否存在大金额应收账款确认收入的情况，对应的应收账款是否存在回收风险？ 2021 年应收账款增速高于收入增速一方面是由于公司在新战略方针指导下大力发展营销服务业务板块，营销服务占比提升有关，另一方面也因疫情大环境下，客户回款速度有所放慢有关。目前，公司的应收账款不存在显著的坏账风险，公司服务的主要客户信用状况良好。公司对现金流高度关注，并持续跟踪坏账风险情况，及时采取相应措施。 25、“什么值得买”App 的流量中京东占比以及收入中京东的占比，是否存在业绩高度依赖大客户的情况？ 值得买聚集了一大批爱好数码电器产品的值友和消费者，京东的特色品类与“什么值得买”App 用户需求存在较高的契合度，因此占比较高。与此同时，公司与各主流电商平台均保持良好的合作关系，为用户推荐全品类的优质商品，提升消费质量。 26、公司是否有探索虚拟人直播计划？ 公司认为虚拟人是未来一个很重要的发展趋势，尤其是考虑到未来元宇宙的巨大发展前景，公司正在认真研究这个行业。长期主义和坚持做短期很难但长期正确的事情是值得买科技在开
--	--

展业务布局时非常重要的理念,公司希望能够结合公司自身的业务,在虚拟人以及元宇宙领域探索一条有利于长远发展的路线。

27、公司对未来的发展有何期待呢?

电子商务经过 20 多年的发展,已经形成了几大电商平台、众多垂类电商和品牌商不断触网的基本发展格局,可以说用户对此已经不陌生,线上购物已经成为很多用户的基本购物习惯。但与此同时很多用户面临选择的障碍,线上商品琳琅满目。在这种情况下,如何帮助用户做出更好、更科学的消费决策成为一个越来越重要的课题,这是时代赋予“什么值得买”的使命,也是“什么值得买”能够在这个市场上生存的空间,希望公司能够通过既有的消费内容社区业务,以及通过在营销服务和消费数据领域的创新帮助用户更高效的做好消费决策,也帮助电商和品牌商更有效率地触达用户。

28、公司股权激励费用摊销的截止时间是什么时候,2022 年需摊销费用是多少?

公司股权激励跟随各期方案实施周期而定,按照公司截止目前的激励方案,2022 年预计摊销金额约为一千多万元。

29、请问贵公司独立董事 2021 年度的履职情况?

感谢您对值得买科技的关注。公司独立董事严格按照《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》、《公司章程》、《董事会独立董事制度》的有关规定,勤勉尽责、有效地履行独立董事职责,充分发挥独立董事作用,维护股东尤其是中小股东的利益。公司独立董事通过参加公司董事会、专门委员会、现场实地考察等多种方式,详细了解公司内部控制、公司治理、经营策略、发展方向、公司战略等诸多方面提出指导性意见及合理化意见;同时,及时获悉公司各大重大事项的进展情况,并对公司重大事项发表意见,为公司董事会各项议案的审议表决提供了有力的支持,保护了公司和广大投

	投资者的利益。对于独立董事所提出的有关建议，公司均予以采纳，并委托经营管理层组织相关工作的开展。
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 5 月 12 日