

佛山遥望科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023002

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他
活动参与人员	Averest Capital 永桐资本、BNP PARIBAS、Dragonston 龙石资本、Eastspring 瀚亚投资、Fullgoal Asset Management (HK) Limited (富国资产管理(香港))、GCP、Harmolands、Keystone Investors、Keywise Capital Management (HK) Ltd、King Tower Asset Management Co Ltd、MacroPolo、PAG、Platina、Point72、Prudence、Trivest 禾其投资、阿杏投资、安华农业保险公司、安徽国富产业投资基金管理、安联资管、巴沃资产、百年资产、北海棣增、北京柏治投资管理、北京成泉资本管理、北京淙峦投资管理、北京东方睿石投资管理、北京宏道投资管理、北京龙鼎投资管理、北京明澄私募基金管理、北京擎天普瑞明投资管理、北京新华联产业投资、博鸿资产、博时基金、博昱基金、渤海证券(自营)、财通基金、财通证券研究所、财通资管、昶享资产、诚盛投资、诚实资产管理、承珞投资、冲积资产、传奇资本、大成、德邦基金、鼎锋资产、东北证券、东方国际集团、东方马拉松投资管理、东方证券、东方资产、东方资管、东方自营、东莞市榕果投资管理、东海基金、东吴基金、东吴证券、东吴自营、东证资管、度势投资、方正富邦、非马投资、泮谊投资、枫润资产、峰境基金、佛山市东盈投资管理、富安达基金、富国基金、工银国际资产管理、共青城鼎睿资产管理、观富资产、观合资产、光大保德信、光证资管、广发基金、广发证券发展研究中心、广发自营、广银理财、广州由榕管理咨询、国海证券研究所、国华人寿、

国金证券股份、国金证券研究所、国君资管、国开证券有限责任公司（自营）、国盛证券、国寿养老、国泰基金、国泰君安证券研究所、国元证券、海富通基金、海南乘果私募基金、海南省亿能投资、海南希瓦私募基金管理有限责任公司、海南煜诚私募基金管理、海南悦溪私募基金管理合伙企业（有限合伙）、海通证券研究所、海通资管、杭银理财、杭州巨子私募基金管理、杭州凯昇投资管理、杭州长谋投资管理、禾永投资、合正普惠投资、恒泰证券股份、恒越基金、弘毅远方基金、红骅投资、红土创新基金、泓德、鸿运私募基金管理（海南）、湖南万泰华瑞投资管理有限责任公司、华安合鑫、华安基金、华福证券研究所、华富基金、华能贵诚信托、华融证券、华商基金、华泰柏瑞、华泰保兴、华泰证券、华泰资产、华西基金、华夏财富、华夏基金、华夏久盈、华夏香港、汇安基金、汇丰、汇华理财、汇泉基金、汇添富基金、混沌投资、嘉合基金、嘉实、建信保险、建信基金、建信理财公司、建信信托、建银国际（中国）、健顺投资、江苏瑞华控股、交银理财、金鹰基金、金元顺安基金管理、景顺长城、玖鹏资产、聚鸣投资、凯恩投资、凯丰投资、康曼德资本、昆仑健康、蓝藤资本、理成资产、利幄资产、瓴仁投资、领睿资产管理、领颐资产、罗夏资本、民生加银基金、名禹资产、南方基金、南土资产、宁涌富、农银汇理、诺德基金、磐耀资产、鹏华基金、鹏扬基金、偏锋投资、平安理财、平安人寿、平安养老、平安银行股份、平安资管、璞理投资管理（上海）、浦泓投资、浦银安盛、前海开源、前海联合基金、乾璐投资、乾惕投资、青骊投资、青榕资产管理公司、清和泉、趣时资产、泉汐、筌笠资产、人保资产、仁灏、融通基金、睿璞投资、睿扬投研、山西证券资管、山楂树投资、上海爱建信托、上海贝溢投资管理、上海步耘投资管理、上海乘是资产管理、上海淳阳私募基金管理、上海从容投资管理、上海缔九投资、上海顶天投资、上海东方证券资产管理、上海方物私募基金管理、上海复需投资、上海复胜资产管理合伙企业、上海弘尚资产管理、上海鸿凯投资、上海华信证券有限责任公司、上海慧珠投资管理、上海季胜投资管理、上海泾溪投资管理合伙企业、上海聚劲投资、上海庐雍资产管理、上海明河投资管理、上海磐厚投资管

	理、上海磐耀资产管理、上海谦心投资管理、上海尚雅投资管理、上海淞银私募基金管理、上海天猊投资、上海五地私募基金管理、上海希瓦、尚雅投资、申万宏源证券研究所、申万菱信、深圳创富兆业金融管理、深圳东方港湾投资管理股份、深圳市红方资产管理、深圳市坤厚私募证券投资基金管理、深圳市鲲鹏恒隆投资、深圳市平石资产管理、深圳市泰石投资管理、深圳市新思哲投资管理、深圳市正德泰投资、深圳鑫然投资管理、深圳鑫然投资管理、深圳中天汇富基金管理、生命保险、师正投资、世纪证券自营、苏州云阳宜品投资管理、太平基金、太平养老、泰达宏利、泰康养老、泰康资产、泰信基金、天风证券、天弘、天猊投资、天治基金、同犇投资、同泰基金、彤源投资、潼骁致晟1号、万家基金、沃珑港投资、西安睿银投资管理、西部利得、西部证券自营、汐泰投资、湘财基金、霄沣投资、谢诺辰阳、新华基金、新华资产、新余银杏环球投资、信达澳亚、信达证券、兴业证券、兴银基金、兴银理财、兴证全球、兴证资管、寻常投资、翊安（上海）投资、银河基金、银华基金、英大自营、盈峰资本管理、永赢基金、优谷资本（深圳）、于翼资产、域秀投资、源乐晟、云禧投资、运舟资本、长安基金、长城基金、长江养老、长江证券、长江自营、长信基金、招商证券、招商基金、招商证券资管、肇万投资、肇万资产、浙江益恒投资、浙商证券研究所、浙商资管、真科基金、正心谷资本、郑州市鑫宇投资管理、郑州云杉投资管理、志开投资、中国人寿养老保险、中国天风证券股份、中海基金、中金公司、中金基金、中金资管、中科沃土基金、中欧基金、中欧瑞博、中融基金、中泰证券、中信保诚、中信期货、中意资产、中银基金、中银证券资管、中邮基金、中邮人寿、珠海红昆仑基金管理 等 500 多人
时间	2023年5月4日 15:00-16:10
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理 谢如栋 董事兼董事会秘书 何建锋 杭州遥望网络副总裁 宋雨翔
交流内容及具体问答记录	公司整体情况

Q1 的 GMV 是 25.7 亿，同比略增长。Q1 新签艺人持续增长，比如说艺人方面签了赵雅芝和任豪，同时启动扶摇项目的主播招募，包括抖音和快手服装垂类的主播，比如说像快手的娃娃。同时为了建立流量矩阵，签约大量腰部主播，这部分未来会为扶摇项目起到关键性作用。

公司在 Q1 做了战略调整，主动降低排期去完成两件事：（1）内部组织架构升级；（2）内部 AI 战略部署。在年报中提到了 AI 方向上的布局，一方面是利用 AI 在遥望云上做升级，之前的遥望云主要是数据呈现平台，在效率决策上没有起到太多的作用，未来我们希望把遥望云的平台从“数据呈现”向“策略呈现”转变；另一方面，我们目前在与头部 AI 公司一起共创行业解决方案。

Q&A

Q：公司提出“智慧火种”计划，遥望云”全面升级为“遥望云 AIOS”，目前遥望云 AIOS 的开发进展？

A:公司很早就关注到 GPT，去年年底看到 GPT 觉得真正应用的时候到了，它呈现出来的整个语义理解能力跟之前相差很大。今年 3 月份公司决定 All in AI，运营上面把部分中台抽去做模型、弄数据，承载直播的人和人都少了，3-4 月主播整体排期减少了。

智慧火种将应用到任务分配和智能选品上，可以做到在直播的过程中自动提醒应该做什么，不再需要场控临时去调，员工的动作以及他即将做的动作都会在系统里面呈现。智能选品上，现在直播 50~70%的时间都在选品上，系统上线以后，可以通过自动优化模型实现智能选品。

数字人已经陆续播了一个月，目前来说有收获，直播数据还行，但是还有较大优化空间。

Q：扶摇是预计年内开业，现在预计开业的节奏，包括招商销售的情况能否稍微再展开一下？

A:开业时间尚未确定，3 月底第一轮招商已经完成，但是中途重新对商城定调，希望所有店铺都是概念店，因此做了调整，重新引入行业内非常有

竞争力的合作方。整体来看，90%左右的招商已经完成，服装店铺占 60%，还有 10%-20%的空缺，这个空缺不会影响开业，招商随时都能结束。

Q：我们也看到公司之前成立了淘宝的事业部，2022 年在包括像微信视频号、B 站等一些平台做直播的尝试，公司后续在其他平台的一个拓展的规划？

A:会全线上去的，目前还没上是因为在选品和直播逻辑梳理上面精力不够。任务管理上面和选品是 AI 战略主要突破的方向，能解决大部分的问题。

Q：在一季度公司利润率方面有一定的波动，怎么看全年的盈利水平？未来会有一些什么样的成本费用管控的措施？

A: Q1 整体利润率低是因为直播场次少、直播时间短，产能没有增加，员工数同比大幅增长、整体的工资也上升，所以综合来看，利润率下滑。未来排期上来后利润率自然能够增加。

过去做直播的时候，没有经营性模型来引导，等到直播结束后才知道赚多少钱，我们之前有设计表格，但是没有强制要求大家去用，任务管理系统上线以后会对每一个投入进行拆解并设定严格的标准。在自动选品过程中有销售和利润模型预估，控制无效支出，以及判断商品该不该选，有很多商品看着毛利很高，但它退货率也很高，算下来绝对值不高，这种商品做不做或者什么时候做非常关键。过去大家只看毛利率，而忽略退货率或者其他问题，现在用模型可以更全面地解决这些问题。

Q：相较于同行，公司在使用 AI 上的优势在哪里？

A: 公司现在有一百多个直播间，不能光凭感觉选品，人工选品欠缺选品逻辑，AI 能分析大量数据形成产品销售的时间曲线，比如判断今日的爆品明天是不是就会因为过度销售数据下行，这个数据量是人工无法处理的，须依靠 AI。

和同行比的优势在于：1) 自己是技术出身，对这个研究的时间很长。2) 曾经做过 AI 的公司，最后没成是技术没突破，又要做底层又要做应用层不现实，现在公司主要做中间层和应用层。3) 公司一直有技术储备，遥望云 1.0 是行业内为数不多的复杂系统，未来技术团队能够继续发挥作用。

Q: 未来虚拟人直播的具体运营思路，以及这个业务对于传统的真人直播带货的影响？

A: 目前虚拟人在行业内的普遍难点是没有办法拿实物展示商品，优点是代替一些枯燥的直播，比如一些店播，产品少，可以通过虚拟人来拉长直播时长。目前来看我们虚拟人直播效率不比一般的店播质量低，时长长能增加顾客进店机会和下单机率，而且虚拟人可以同时直播，单人成本低。虚拟人替代达播还有很大距离，语音跟文字能达到，但是形象还达不到，对于算力要求非常高。目前研究开发的主要还是 2D 方向的数字人，也是市面上的主流方向，希望在下一个阶段进入 3D 领域，目前 3D 成本还是太高。

公司虚拟主播主要是代替生活服务和店播，和行业最优秀的主播还有差距，但是直播时长最后成绩也不错。

Q: 公司一直在强调 AIOS 软件，不知道反应在增效这个层面，或者提升利润率等相关指标，实际上的一个落地贡献是怎么样的？

A: 遥望 AIOS 除了能节省大量的时间，也可以提升利润率等相关指标。毛利率、退货率和流量转化率共同决定了最终的利润，AI 判断各维度的数据肯定是要比人要精准的。

在选品过程中，AI 能够更便捷地识别出优质商品并自动生成表单，工作人员参照表单做二次确认，这样能极大的增加选中新品的概率，同时增加直播间复购率。系统主要解决了以下几个问题：1) 减少选品时间，增加直播频次。单场 GMV 不变的情况下，直播频次增加，总体 GMV 也能增加；2) 通过选品增加单位时间的转化率，同样直播时长下 GMV 会

	<p>增加，从而整体增加 GMV；3) 在选品的过程中，通过系统来判断如何实现效益最大化。</p> <p>Q：行业进入旺季，公司对于未来业务的发展规划？</p> <p>A：排期在五月份会大规模上升，新签的主播也会上线，还会开启大规模签约。广告上，希望其他业务板块能够提升到跟直播一样的利润水平。</p> <p>Q：我们后面对于主播签约方面会有怎么样的一个政策？</p> <p>A:会有政策上的变化，目前以全约主播为主，接下来会多签商务约主播，三七开分成，公司不需要负责其实际运营，提供供应链管理和投流服务。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>无</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>