

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：2023-007

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	西南证券 张闻宇 申万宏源 赵令伊 国盛商社 杜玥莹 东北传媒 钱熠然 华创商社 杨澜 东方证券 吴丛露 海通证券 陆禹瞳 国金证券 廖馨瑶 东北传媒 张昊晨 天风证券 刘诗雨 东吴证券 晋晨曦、黄宇琪等 40 余人
时间	2023 年 8 月 30 日 16:00-17:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长兼首席执行官 隋国栋先生 首席财务官 李楠女士 董事会秘书 柳伟亮先生
投资者关系活动主要内容介绍	一、介绍公司 2023 年上半年度基本情况 董事会秘书柳伟亮先生主要围绕公司 2023 年上半年经营业绩等方面进行介绍：

2023 年上半年，公司继续坚持多元孵化的战略方向，围绕消费内容、营销服务和消费数据三大核心业务板块展开布局。报告期内，公司实现营业收入 6.77 亿元，同比增长 11.68%；实现归属于上市公司股东的净利润为 2,816.72 万元，同比增长 39.45%；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 1,966.87 万元，同比增长 84.71%。

分业务情况看，“什么值得买”产生收入为 46,223.74 万元，同比增长 3.82%，占比为 68.25%；新业务产生收入为 21,505.06 万元，同比增长 33.37%，占比为 31.75%。值得一提的是，“什么值得买”之外的新业务在 2023 年取得了较快速度的增长。

其中新业务中运营服务费收入 2023 年上半年达到了 1.13 亿元，同比增长了 88.71%。这得益于公司子公司日晟星罗负责的抖音代运营业务（简称“抖音 DP”）的快速增长。2023 年上半年，日晟星罗负责的抖音 DP 业务进入高速发展期，服务了多个知名国际美妆个护品牌，包括宝洁集团、赫莲娜、科颜氏、TAKAMI、羽西、菲洛嘉、贝玲妃、贝德玛、妮维雅、北纬 47 度等。日晟星罗负责的抖音代运营业务不仅收入上快速增长，而且已经实现了全面的盈利，预期未来的盈利率还会逐渐提升。

另外，2023 年上半年新业务中品牌营销实现收入 5,295.45 万元，同比增长 82.22%。值得买科技的品牌营销服务致力于为品牌主提供从品牌咨询、营销策划、全域种草、全域互动营销、私域运营、营销 SaaS 系统及运营等多种产品和服务。报告期内，公司持续深度服务首农食品集团、海尔、卡萨帝、青岛啤酒、同仁堂、中粮、西数、闪迪等客户，新签华润怡宝、希诺谷、伊利、鼎好、京粮控股、去哪儿网、清华长庚医院等客户，为客户提供品牌数字化咨询、全域互动营销、全域内容种草等不同种类的品牌营销服务，助力客户实现品效合一的营销效果。

下半年是电商的旺季，除了要继续全力做好“双 11”等重点促销活动，保证公司全年业绩的达成之外，我们还有三项非常重

要的工作在同步推进：（1）推进“什么值得买”APP的全面转型升级，将“什么值得买”打造成一个基于消费兴趣的社区产品，创造一个让各种消费者都真正认为有用且产生热爱的产品，重新成为用户认知中很酷的产品；（2）继续加大对AIGC领域的投资，打造值得买科技消费内容大模型，并基于此推出值得买辅助创作平台（ZDM-Copilot）和私人购物助手等前端应用产品，实现对业务的赋能；（3）继续完善公司多元孵化的机制建设，提高孵化业务的运营效率，并通过不同业务之间的合作实现效益的最大化。

二、交流互动环节

参会的各位投资者、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、“什么值得买”APP当前正在推进的改版的初衷、思路和节奏是怎样的？

十年之前，消费市场处于一个消费内容比较匮乏，尤其是第三方内容比较稀缺的时代，公司从第三方的角度，站在公平、公正的立场上为用户提供消费内容，并且引入了UGC机制，将“什么值得买”打造成了一个分享性价比高的商品及服务、分享消费心得、商品测评的消费内容社区。过去十年，我们也是一直沿用同一模式去不断迭代“什么值得买”APP产品。

但是目前，面对消费者需求和整个市场环境的巨大变化，2023年初我们就开始探讨APP的第二代版本的设计和理念的重大升级，核心是希望基于用户的画像和消费兴趣进行推荐，而不是仅仅基于电商品类或者商品链接。我们需要从消费者的日常生活、消费偏好、消费能力或层次等方面出发，对消费者生活方式进行理解并进行内容的推荐，从而提供更加个性化、多样化、更准确的推荐。以红酒为例，之前的APP版本会识别某一用户喜欢红酒，基于算法机制为用户分发红酒相关的消费内容信息，但是很有可能我们为用户推荐的红酒价格和品质并不能满足消费

者的购买需求，折损了转化率。新的产品版本会基于用户的日常消费情况，更深度地判断用户的消费层次和消费能力，进而推荐更加符合其消费兴趣的产品和服务，为用户提供多样性的推荐，让用户感受更多消费生活的趣味性。

关于本次改版的节奏，我们预计在今年“双11”之前完成新版本的设计，“双11”之后择机上线。

2、公司在AIGC的布局情况以及未来的投入情况？

目前，公司在AIGC布局及投入上采取的策略是偏务实型的，我们非常看重AIGC能真正从业务上带给我们的价值，而不是盲目追逐一个热点。今年年初，公司采购了一批H100的算力卡，并同国内的大模型公司、云计算公司建立了合作关系，从算力和模型等资源层面保障我们在此领域的深入探索。基于此，目前我们正在积极训练自有的消费内容大模型，有以下几个比较明确的能力方向：（1）长短文等消费类文本内容的自动生成能力；（2）消费图片的生成和自动化修改能力；（3）视频内容自动生成及剪辑能力；（4）多模态输入理解能力；（5）从多模态中提炼情感倾向能力等。

基于我们自有的消费内容大模型，我们会探索一系列与我们业务相结合的应用方向，包括但不限于购物或消费相关的对话式机器人、值得买辅助创作平台等。

3、公司在赋能及帮助中小商家进行内容营销等方面有哪些举措？

在经历了过去几年电商平台的激烈竞争后，目前国内各大电商平台，京东、阿里、拼多多等都在积极向中小商家进行资源倾斜，这也是未来的行业趋势。值得买在中小商家的赋能方面，创立了“新巢平台”，以商家号为核心功能，满足中小商家在流量曝光、内容种草、成交转化全链路上的推广诉求。2023年上半年服务合作商家数量超过1,746个，其中活跃商家数量占比54%，

中小商家通过新巢服务平台累计完成订单 375 万个，实现 GMV 转化超过 4.5 亿元。

除此之外，公司旗下子公司星罗创想在过去几年增长很快，星罗创想定位就是帮助中小媒体和品牌商家，尤其是中小品牌商家，进行人货匹配的一个平台。一直以来，星罗都在承接很多中小商家的需求。未来，公司也会再思考设计出新的商业产品或新的服务来帮助中小商家。

4、公司如何利用自身优势帮助客户开展出海业务？

在中国过去十年互联网竞争内卷的市场环境下，“什么值得买”能够生存下来，被用户认可，且能够持续增长并持续盈利，说明公司具备一些特定优势。在很多依赖 Shopify 的海外市场，中小电商比较多，市场离散度比较高，我们认为用户和商家对于流量分发、商品推荐、电商推荐的需求会更旺盛。公司 APP 的商业模式在海外是同样具备竞争力的，而且理论上市场越离散，我们的模式优势以及对用户的价值越大。

当前，国家对于中国商品出海支持力度很大，海外中国商品占比也非常高，因此公司也在积极布局出海相关业务。截至目前，公司的出海业务正处在组建团队和制定出海计划的筹备阶段，我们希望能够尽快在多个国家去落地以“什么值得买”APP 为核心商业模式的出海业务，也就是说要把“什么值得买”现有且成熟的商业模式进行海外复制。在符合当地的语言习惯、符合当地的文化习惯的情况下，尽可能借用国内的成功经验，让“什么值得买”的业务模式及商业模式在海外得到延续。

5、公司二季度营业成本增加主要原因？

公司二季度营业成本的增加主要是业务发展投入上的增长，往年的二季度和四季度也都是业务的一个峰值，同时也是投入成本上的峰值，这是正常的趋势。

综合上半年来看，公司盈利水平比去年上半年是有所提升的，主要体现在两方面的原因：一方面是从去年开始，公司非常

注重降本增效，从支出及成本项方面进行了非常严格的管控，更加关注投入产出效率的提升；另一方面今年上半年公司创新业务显著增长，以抖音代运营为核心的运营服务类业务出现高速增长。在两重因素的共同作用下，今年上半年公司合并层面的净利润率同比去年有所提升。

6、下半年公司对于收入及利润趋势的判断怎么样的？

今年年初，公司对 2023 年的增长预期有更高的期待，但无论是看整个消费行业以及客户的合作情况来看，都呈现出一个缓慢复苏的过程，并没有一蹴而就达到理想状态。

所以对于今年下半年，我们也比较理性地去调整了我们的预期，希望今年下半年能够维持上半年的增速。

7、目前“什么值得买”APP 的用户画像，未来希望达到用户画像的理想状态是怎样的？

“什么值得买”整体用户男性偏多，男性用户占比 60%多，女性用户占比近 40%。从新增用户上看，得益于站内多元内容的快速增多，全站用户持续向年轻化、多元化方向发展，女性用户和 25 岁以下年轻用户占比明显提升，同时三、四线城市的用户的占比在不断提升。

未来，我们希望“什么值得买”的产品具有足够的包容性，能够根据不同用户群体的兴趣爱好和消费习惯来推荐不同的商品及服务。

8、公司主站“什么值得买”用户增长的预期是怎样的？

2023 年上半年，“什么值得买”用户保持稳定，月平均活跃用户数为 3,718.72 万人，同比增长 1.01%。对于目前用户增速我们并不满意，下半年将也会进行 APP 的改版，希望未来公司 APP 是基于用户的兴趣和消费习惯去推荐，让用户真正的能够花时间沉浸在产品中，基于这一代产品的调整，我们还是比较有信心激发能够获得更多的用户，并同时提升用户的活跃度。

	<p>9、公司消费数据板块的商业模式？</p> <p>公司消费数据板块逐步沉淀来自于消费内容板块和营销服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。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，及其他消费内容业务和营销服务业务的运营效率；另一方面在对外在输出消费数据产品与服务等方面也发挥着重要的作用，在这方面我们正在设计一些对外的商业变现产品，包括用户洞察和行业洞察报告、指数型产品等。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年8月30日