

证券代码：002291

证券简称：星期六

星期六股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2021-002

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	2020 年度网上业绩说明会通过“约调研”微信小程序平台，采用网络远程的方式举行，面向全体投资者。
时间	2021 年 5 月 20 日（星期四）下午 15:00~16:00
地点	“约调研”微信小程序
上市公司接待人员姓名	公司董事长兼总经理于洪涛先生、董事兼财务总监李刚先生、独立董事黄劲业先生、董事兼董秘何建锋先生、公司子公司杭州遥望网络科技有限公司副总裁马超先生。
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">1、疫情带来的流量红利对公司 2020 年电商服务、互联网广告业务发展情况如何？</p> <p>答：随着我国新冠疫情得到控制，工业生产及居民消费的逐步恢复，公司在 2020 年下半年恢复了正常经营，互联网营销广告主也在逐步加大对互联网领域的投入，下半年营销投放量大幅增长。同时，公司 2020 年大力发展社交电商服务业务，尤其疫情发生以来社交电商行业快速发展，社交电商加快了品牌到用户的触达速度，减少了中间环节，致力于将极致性价比的商品以最快的速度触达用户，提升了消费市场的运转效率，在扩大内需的大背</p>

景下，社交电商服务业务预期有较大的发展空间，有利于提升公司的盈利能力和经营业绩。

2、公司未来会将广告投放业务从微信转移到短视频平台上来吗？怎么预计今年广告投放业务的营收水平？

答：公司未来考虑广告投放业务结合直播电商及短视频广告业务走向全案营销服务，原有广告投放渠道依然是公司重要的渠道之一。关于广告投放业务的发展营收水平请关注公司后期定期报告及临时报告。谢谢！

3、2021年3月末存货仍有12.81亿元，请问公司打算如何加快存货周转？疫情对女鞋销售的影响还存在吗？

答：公司女鞋产品定位为中高端时尚潮流商品，选用的材料以优质真皮为主，物性更好，可售卖周期更长，公司根据不同的销售渠道、销售区域按不同的折扣比例进行多层次存货消化，目前亦在积极采取措施降低库存，未来公司将充分利用线下和线上相结合的多渠道营销网络，加大存货销售力度：（1）线下销售除通过门店正常销售外，积极通过大宗批发、分销、特卖会、各地巡展会等多种方式加快库存商品消化速度；（2）充分发挥电商门店、微信小程序、社交电商等线上销售渠道运营优势，继续拓展如品牌特卖平台等线上销售渠道，利用公司社交电商领域丰富的运营经验继续重点拓展直播带货方式下的销售，加大线上销售力度。

目前疫情对女鞋销售的影响已大幅降低，公司各项经营活动已恢复正常，但若未来国内外新冠肺炎疫情未能保持低位稳定、逐渐好转的态势，公司经营业绩仍可能受到不利影响。

4、抖音热度不断提升，今年有计划拓展新的抖音博主吗，布局抖音平台将会有哪些实质性进展？

答：公司一直注重抖音平台的业务拓展，早于2019年公司已于抖音孵化出上规模的红人矩阵，并持续通过短视频、直播电商

等方式经营业务，未来将进一步拓展在该平台的明星、达人及业务体量。

5、你好，请问女鞋业务具体剥离计划如何？

答：公司将根据市场情况及公司战略发展需要，进一步对多品牌时尚鞋履业务的运营模式进行优化，在逐步转向专注品牌管理、供应链服务的“轻”资产运营方式，在此过程中对原有的品牌业务、结构进行梳理优化，加快改善存货结构，盘活公司资产，提高资产的运营效率，减轻运营包袱，提升公司的盈利能力。

6、公司今年有计划加强女鞋品牌的市场营销吗？公司女鞋品牌知名度好像并不高。

答：公司目前拥有“ST&SAT”（星期六）、“D:FUSE”（迪芙斯）、“SAFIYA”（索菲娅）、“FONDBERYL”（菲伯丽尔）、“Saturday MODE”等自有品牌。其中，“ST&SAT”品牌以时尚为主要风格，以追求时尚观念和流行品味的年轻女性为主要消费群，2013年底国家工商行政管理总局商标局认定“ST&SAT”注册商标为驰名商标。未来公司会继续通过多种方式加强主力品牌的市场营销，尤其是针对年轻消费群体，需要有针对性的使用更符合年轻人喜好的如短视频、直播推广、社交传播等渠道进行营销传播。

7、直播业务已经超过鞋靴，为什么所在行业分类还没有变更？

答：公司目前主要业务分为两大板块：多品牌中高端时尚皮鞋的销售，并批发、零售多元化的时尚产品；以移动互联网精准营销为核心的信息技术服务业务；根据目前及后续经营业务的实际情况，若按有关监管要求需要变更行业分类的，公司将按规定申请办理变更。

8、请问服装鞋类业务今年会继续拖累公司整体吗？有什么方法解决问题？谢谢。

答：公司将根据市场情况及公司战略发展需要，进一步对多品牌时尚鞋履业务的运营模式进行优化，在逐步转向专注品牌管理、供应链服务的“轻”资产运营方式，在此过程中对原有的品牌业务、结构进行梳理优化，加快改善存货结构，盘活公司资产，提高资产的运营效率，减轻运营包袱，提升公司的盈利能力。

9、请问公司如何培养新的网红带货明星人物？

答：感谢关注。公司通过历史经验总结形成了较为完整的培训体系及运营手册，以追求运营标准化、内容个性化的思考，通过以老带新，成熟工作室带新工作室的方式带动新的主播的孵化以及服务新的签约艺人。谢谢！

10、请问公司的定增预计什么时候完成？谢谢。

答：公司于近日收到中国证监会出具的《关于请做好星期六非公开发行股票发审委会议准备工作的函》（以下简称“告知函”）。公司与相关中介机构对告知函的有关事项进行了认真核查与落实，并进行了资料补充和问题回复。现根据相关要求将告知函回复进行公开披露，具体内容详见公司5月19日刊载于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）的告知函回复，公司已按照要求及时向中国证监会报送该材料。

公司本次非公开发行股票事项尚需中国证监会核准，能否获得核准尚存在不确定性。公司将根据中国证监会审核的进展情况及时履行信息披露义务，敬请广大投资者注意投资风险。

11、公司没有股权分红计划吗

答：2020年末母公司未分配利润为-29,982.41万元。此外，公司2021年拟非公开发行募集资金投资YOWANT数字营销云平台建设项目、社交电商生态圈建设项目、创新技术研究院建设项目，其中各项目预备费、铺底流动资金以及部分前期建设投资拟由自有资金进行逐步投入，对流动资金的需求量较大。基于上述原因，公司2020年不进行利润分配。

近年来公司实施战略转型，新业务发展需要大量流动资金，公司希望通过增发获取发展所需的资金支持，另外大股东也对上市公司也提供了大额的财务资助，帮助公司抓紧市场快速发展的大好机遇，努力提升经营业绩，争取早日能更好的回报股东。

12、能否列举排名前十的主播名称，便于投资者平时关注？
谢谢。

答：感谢关注！因维度较多，公司日常不做主播排名。就重要性程度而言，您可关注快手平台瑜大公子、李宣卓、王耀庆等；抖音平台可关注大利、大虫、王祖蓝等。谢谢！

13、公司管理层有阿里系经验，后续如何看待头部互联网平台公司，如阿里，腾讯，抖音，快手和公司之间的关系？以及是否考虑引入其成为公司战略投资者

答：感谢关注！公司作为独立的互联网营销公司，公司目前与上述各互联网平台均有一定的合作关系。目前暂无引入某一平台作为公司战略投资者的计划。谢谢！

14、我的理解，直播行业最大的风险在于利润没有留存在公司主体，而是流向了大主播个人。请问贵司，是如何与大主播的利益进行捆绑的，大主播在股权激励的名单中吗？如果有，那大主播的股权激励占比大吗？日常直播获取的品牌佣金和固定坑位费，大约有多少百分比是分给大主播的？

答：公司从早期孵化素人主播及签约合作明星艺人开始，即既定了选择的方向与合作方式。公司与主播的利益分配较为稳定。目前所有主播是按照销售额进行提成，提成比例为销售额的0.7%-1.5%浮动。主播与公司之间签署的为更具约束效力的经纪约合同，而非劳动合同。根据上市公司股权激励的有关监管规则，非劳动合同的员工不得在股权激励的激励范围内。

15、一季度公司女鞋销量情况如何？截至目前，公司全国拥有的直营、加盟门店数量是多少？

答：您好，关于公司具体业务及店铺情况等请继续关注公司定期报告中的有关内容。

16、公司有计划变更上市公司名称吗？毕竟主营业务已经不是皮鞋了。

答：感谢您的建议，近年来公司一直在实施战略转型升级，公司将继续推进“打造时尚 IP 生态圈”的发展战略，不断构建“以用户为核心，数据+内容驱动，消费场景打通融合”的新零售平台，不断提高公司互联网营销业务能力，重点拓展社交电商服务业务，以成为综合实力领先的行业领导者。公司将结合业务发展情况及未来发展需要来综合考虑相关建议。

17、请问遥望网络目前直播电商业务情况怎么样？整个 MCN 行业的竞争情况如何？谢谢

答：公司自 2018 年 4 季度以来开展直播电商业务，该业务每年都有较快的增长速度。整体行业在过去几年也呈现出较快的增长速度。就目前而言，公司的直播电商相关业务同比去年同期也实现了规模上的快速增长，主播及艺人梯队逐渐形成，预期未来仍可以实现在规模上快速增长。公司与同行业公司不存在直接竞争关系，与整个互联网行业的特点相匹配。

18、看到遥望网络有区块链相关研发团队，可以介绍下这块目前有什么业务进展么？或者未来的考量

答：感谢关注，目前遥望网络公司暂无区块链相关研发团队。谢谢！

19、于总怎么看待短视频及直播电商的行业前景？

答：感谢您对公司的关注。短视频及直播电商是很好的赛道，其互动性及传播效果对营销来说是很好的方式。直播电商行业近年来快速发展，据第三方研究报告统计，2020 年直播电商行业已经达到万亿的市场规模，且依然在保持高速增长，这是以前很少遇到的行业赛道。公司通过子公司遥望网络开展直播电商业务，

近两年也取得了不错的成绩。直播电商，我们认为对于普通消费品公司而言，未来是常规化长期存在的很好的销售方式与渠道。谢谢！

20、公司计划把原有百货商场自营店逐步改为加盟店铺，请问公司如何管控加盟店铺的品牌质量？

答：公司深耕鞋履行业二十多年，形成了丰富的自营及加盟店铺管理经验，再利用目前先进的信息系统及管理工具，并结合不定期现场抽查等方式，得以对各类店铺实现科学管理。

21、请问公司在新零售赛道有何优势吗？

答：公司深耕时尚女鞋行业二十余年，凭借强大的生产研发能力、精准的市场需求把握能力，以及覆盖全面的渠道营销网络，成为国内知名的时尚女鞋品牌，具备良好的业界口碑和品牌知名度。近年来，公司一直围绕“打造时尚 IP 生态圈”的战略发展方向，着力构建“媒体和社交平台”、“时尚 IP 孵化运营平台”及“时尚 IP 集合平台”，向新零售平台进行转型。公司的业务范围由单一的女鞋产品向多品牌、多品类的全时尚产业延伸，公司的时尚品牌影响力和行业地位进一步提升。

渠道管理上，公司近年来根据消费习惯及流量变化积极调整渠道结构，一方面积极拓展线上销售渠道，另一方面公司不断在购物中心开设“Saturday MODE”品牌集合店，通过专业的品牌管理团队，精准捕捉最新的时尚需求，优化产品设计和店铺形象，推出符合消费者需求的品类和品牌，提升消费者的购物体验，进一步加强公司作为时尚品牌运营商的企业形象。公司开拓品牌集合店“Saturday Mode”，关闭部分百货商场品牌连锁店，大力拓展线上渠道，是公司迎合消费者需求，改善渠道结构，推动战略发展的重要举措。

公司通过收购时尚锋迅和北京时欣两家国内领先的时尚新媒体公司，得以快速切入女性时尚信息媒体平台，获取流量入口，进行全渠道的传播互动，在全方位影响及满足消费者的基础上增

	<p>强用户粘性，加速战略升级进程。</p> <p>2019年3月，公司通过重大资产重组把遥望网络并入公司合并报表范围，公司将利用遥望网络丰富的互联网流量资源、高效的流量资源整合运营能力以及多年积累的精准营销技术，结合公司坚实的时尚品牌和供应链基础、覆盖全国的线上线下一体化销售平台以及日趋成熟的媒体和社交平台，加速“时尚IP生态圈”的建设，加快构建起“以用户为核心，数据+内容驱动，消费场景打通融合”的新零售平台。</p> <p>22、今年公司对多品牌时尚鞋履业务逐步向专注品牌管理、供应链服务的“轻”资产运营模式转变的具体计划是怎样的？</p> <p>答：这是公司近年来战略转型升级的方向概括，具体计划和措施请您查阅公司自2015年至今的年度报告中公司每年的经营情况讨论与分析，以及报告期内开展的主要工作等详细内容。</p> <p>23、苹果将实施的隐私新规是否会影响公司广告投放业务的收入？</p> <p>答：对公司广告投放业务没有影响。谢谢！</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021年5月21日