

证券代码：002264

证券简称：新华都

新华都科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-003

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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	方正证券 王泽华、康宇喆、谌保罗； 中金公司 季雯婕、李茗蕙；德邦证券 熊鹏、尤诗超； 西南证券 王书龙；东方证券 邢恺；野村证券 周悦琅； 华安基金 袁少州；鹏扬基金 王亦沁；华夏基金 李柄桦； 德邦基金 刘敏；博道基金 陈磊；中泰资管 陈太中； 泉果基金 游瑾；汇添富基金 田立；海富通基金 陈涛。
时间	2024年11月5日 13:30-16:00
地点	新华都杭州直播基地康奋威大厦 4F
上市公司参加人员姓名	久爱致和副总经理 曾海慧； 投资者关系总监 童方宁。
交流内容及具体问答记录	一、介绍公司情况 1、业务布局 公司主营以数据研究为基础的互联网营销业务，包括全渠道电商销售服务、产品研发及营销服务和数字营销服务等。公司深入布局酒类、水饮、日化、母婴等多个行业赛道。 公司深度布局直播电商及短视频赛道，通过品牌直播间、自营矩阵直播间、达人运营分销等渠道开展直播电商及短视频业务，在杭州、北京等电商核心城市布局面积近 4,000 平的直

播基地、45 个直播间。

公司积极把握海外市场及新兴平台发展红利，在印尼雅加达、中国香港设立子公司，开展跨境出海电商业务。

2、合作伙伴

公司合作品牌包括金佰利、伊利、云南白药、泸州老窖、山西汾酒、五粮液、习酒、古井贡酒等，积淀了跨行业的电商销售运营能力和资源。

公司与行业头部品牌以及京东、天猫、抖音、快手、拼多多、唯品会、微信视频号等主要电商平台建立了深度战略合作伙伴关系，具有较强的市场影响力。

3、经营情况

公司始终坚定通过全渠道营销和产品开发两个维度拓展业务边界，培养用户心智，增强客户粘性。2024 年前三季度公司实现营业收入 27.75 亿元，同比增长 41.15%；实现归母净利润 1.9 亿元，同比增长 19.55%，展现出极强的穿越周期的经营韧性。年货节、618、中秋节、双 11 等传统节庆及电商大促季的脉冲式销售增速体现出大众消费需求依旧强劲，公司对消费市场的持续复苏回暖充满信心。

4、2024 年前三季度实现 GMV 合计 65 亿，同比增长 21%。

二、投资人问答

1、公司核心竞争力

答：1) 公司与数十个快消龙头品牌长期合作，并深入布局酒类优质赛道，掌握稀缺官方旗舰店流量入口，连续多年在各大电商平台品牌运营商中排名前列；2) 公司具有极强的产品开发能力，拥有成功孵化“六年窖头曲”等大单品的可复用经验，与汾酒联合开发的鸿运汾酒即将上市；3) 公司坚持以数据研究驱动互联网营销，深度挖掘并动态分析行业及店铺经营数据，历经十余年发展积累并沉淀了大量数据，结合 AI 大模型与电商场景，开发并上线智能化平台“久爱 AI”以支持经营管理；4)

基于货架电商运营经验，深度布局抖快等直播及短视频赛道，形成了系统性的差异化打法；5) 公司仓储物流体系辐射华北、华东、华中、华南、西南五大主仓，库房总面积 6 万余平，单日峰值发货量 6 万单；在 22 个城市设置零售协同仓，满足大促季、直播电商等业务波峰波谷的灵活需求，支持全渠道电商营销运营业务的开展。

2、酒水电商渗透率情况。

答：近年来，酒水电商渗透率持续提升且不断加速，主要催化因素有如下几点：1) 具备良好电商消费习惯的年轻消费群体不断崛起成为消费市场中坚力量，同时内外部环境变化改变了传统消费群体的购物习惯，助推酒水购买线上化趋势的形成；2) 随着快递物流行业的不断发展升级，配送的专业性和时效性持续提升，越来越能满足消费者的即时性用酒需求；3) 内容电商、兴趣电商、头部 KOL 的迅速成长利于酒水相关内容的传播，而直播电商消费规模的快速增长进一步催化了酒水电商的发展；4) 相较传统线下渠道，电商天然具有规模效应，能够为消费者提供更好的购物效率及更具性价比的产品。相较于 3C、家电、美妆个护等高线上渗透率品类，目前酒水电商渗透率仍处于较低水平，具有很大的增长空间。公司在品牌和渠道端具备较强的先发优势，具有行业领先的数据研究及产品开发能力，管理层践行并坚持长期主义，有信心优先享受酒水线上化发展红利。

3、跨境电商业务布局情况。

答：公司为合作品牌方在 TikTok、Lazada、Tokopedia 和 Shopee 等电商平台上提供包括电商零售、短视频运营和直播电商等在内的全链路电商服务，打开第二增长曲线。

4、公司选品策略。

答：1) 公司以品质为先，通过深度合作行业具有高知名度和美誉度的头部品牌，既保障给消费者提供更优的产品品质，

	<p>也能提升公司的品牌形象和市场地位；2) 公司通过对消费者数据的深入洞察，了解消费者在不同价格带、不同消费场景的个性化需求进行针对性选品，高效、精准地提升消费者的粘性；3) 公司结合当下消费趋势，一方面关注“理性消费”意识成为主流，为消费者提供极致性价比的产品，另外一方面关注“颜值即正义”的情绪价值消费需求，重视产品的故事性及视觉呈现效果，与消费者产生共鸣和连接。</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>附件清单(如有)</p>	<p>无</p>