

证券代码：002959

证券简称：小熊电器

小熊电器股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-001

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（请文字说明其他活动内容） <u>电话会议</u>
活动参与人员	国联证券、国泰君安证券、中泰证券、光大证券、华宝基金、嘉实基金等 121 方接入电话会议
时间	2024 年 4 月 29 日
地点	公司会议室
形式	电话会议
公司接待人员	董事长、总经理李一峰先生 副总经理、董事会秘书刘奎先生 财务总监冯勇卫先生
交流内容及具体问答记录	<p>问：公司今年对品牌和营销费用投放的规划是怎样的？</p> <p>答：品牌建设是一个长期的过程，公司基于品牌力层面的需要，今年对于品牌方面的投入还是会持续的。去年二季度公司费用投放维持在较高水平，特别是抖音渠道的投放力度较大，今年相对会谨慎一些，更多地会考虑费用投放的产出比，提高费用投放效率和有效性。</p> <p>问：23 年公司产品均价表现如何？影响因素是什么？展望 24 年有什么趋势？</p>

答：23年全年产品均价波动较大，受外部环境影响，从二季度开始，公司面临着平台和品牌之间的竞争，导致产品均价往下走。

产品均价下降主要是两个维度的因素，一方面是竞争加剧，促销力度大。另一方面是公司产品结构发生变化，低客单价产品销售占比在提升，高客单价产品销售占比在减少。目前公司基于均价下滑的情况，未来会不断补充新品，尝试丰富产品结构，拉宽产品的价格带来改善。

今年二季度开始公司均价应该会有所改善，公司会加快新产品的上新节奏，推出高客单价的产品，改善产品结构。策略上往偏高端的产品布局，给消费者提供有质价比的产品。

问：当前小家电行业景气度偏平淡，怎么看待份额向头部集中的竞争格局？

答：目前竞争格局是有向头部集中的趋势。

面对这样的趋势，对企业运营管理的要求比较高，主要体现在快速反应的能力、产品的推新速度、费用管控能力以及降本增效的能力等，各个维度都非常考验企业的组织能力和组织效率。

问：传统电商平台过去盈利能力的变化趋势是怎样的？包括基于现在的市场的情况，如何去展望传统电商平台在未来盈利能力的趋势。

答：传统电商平台的盈利能力逐渐受到挑战，因为流量费用持续上升，流量达到瓶颈，现在进入存量竞争的格局，导致盈利能力会受到挤压。这其实已经持续了比较长的时间，直到去年影响会更加直接。尤其是需求不振，行业整体盈利能力也在往下走。

平台方对这方面应该也会有所考虑，因为如果再这样发展下去，可能会出现整体性的问题，相信平台也会去考虑整个生态的健康发展。所以我觉得接下来应该会处于相对平稳的状态。

小熊作为品牌方，在产品策略、产品结构、运营效率等维度努

力创新突破，以此来提高或者维持合理的盈利能力。

问：展望未来，公司产品的均价层面及对中高端产品的份额有什么目标？

答：首先，公司的战略方向是要做强主流品类，提高小熊在主流品类的市占率，如果在主流品类上我们能够破局，也有利于提高小熊品牌的市占率，拓展我们的发展空间。

另外，公司要开拓更多高客单价产品，不要局限于客单价偏低的产品，打开更宽的价格带。近期我们也会推出高单价的产品，目前我们已经推了一款千元级的双筒洗衣机，未来会有越来越多千元以上的产品推出市场。公司总体均价上移，偏价格低的产品和入口产品还是会继续维护好，保住原有用户群体。

问：公司怎么看待京东小店、天猫小店等下沉渠道？小熊是否有借这些渠道在下沉市场实现增长的路径？

答：小熊在线下渠道一直以来是比较弱的，线下渠道如今宏观来看也处在相对稳定的状态，近年来随着线上销售的营销费用上升，有些品类也更适合线下渠道。

目前我们也在加大力度做京东的下沉渠道，此外天猫优品、苏宁等线下渠道也有布局。线下渠道拓展之后，可能小熊未来在线上线下会达到相对平衡的状态，并能够更好地解决品类的拓展问题。

问：目前跨境电商的规模有多大，国内外产品的区别？

答：目前跨境电商主要以亚马逊为主，规模上来说不算很大，去年实现了破亿的规模，增速相对在较高水平。

公司出口至各个国家的产品都有差异，因世界各地的生活习惯和消费水平不一样，需要根据各个国家的情况进行市场分析后去做选品、定价等一系列工作，以匹配当地消费者需求。

关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
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）	无