

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：2024-002

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）_____
活动参与人员	公司投资者
时间	2024年5月6日
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）
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 独立董事姚英学先生
交流内容及具体问答记录	<p>问：公司主要采取什么渠道进行推广和销售？如何打入下沉市场？</p> <p>答：您好。公司产品通过线上和线下对全球进行销售。国内渠道包括线上经销、电商平台入仓、线上直销、线下经销等，出口渠道包括跨境电商、ODM和出口经销等。目前公司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。感谢您的关注！</p> <p>问：公司对于产品海外出口布局这一块儿有哪些亮点？竞争力如何？如何吸引国外消费者更多的选购贵公司产品？</p> <p>答：您好。（1）公司将国内积累的品牌力、产品力、制造力优</p>

势拓展至海外市场，海外业务取得突破，2023年国外销售收入同比增长105.66%。

(2) 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，公司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，给海外消费者提供品质感更高、体验感更好、价值比更优的产品。

(3) 过去小熊海外业务以ODM代工为主，现在主要是自主品牌出海和跨境电商业务。公司未来会继续加大海外品牌建设和推广力度，加强跨境电商和各国当地的主流渠道建设，更有针对性地做好各渠道的选品、运营、推广等工作，提高渠道运营质量。感谢您的关注！

问：公司的核心产品在行业处于什么地位？市场占有率如何？

答：您好。2023年期间，公司养生壶、煮蛋器、电热饭盒、电煮锅、迷你电饭煲、切碎机、手持面条机、多功能锅、电炖盅、三明治机、加湿器等品类销售位居全网前列。2023年电饭煲、电压力锅、咖啡机销售同比增幅较好。感谢您的关注！

问：你好，请问目前小熊有几家工厂还未投入运转？如果全部投入运转的话对小熊电器的未来销量增长能带来多大的效果？希望能得到回答，感谢！

答：您好。公司在建智能小家电制造基地（二期）项目将于今年内建成投产，建成后将提供年1300万台产能。感谢您的关注！

问：公司正在实施品牌升级，请问成效如何？

答：您好。公司实施产品精品化战略，坚持“年轻人喜欢的小家电”品牌定位，凭借创新的产品研发设计、优质的产品品质和良好的产品体验，持续向消费者推出创新多元、精致时尚、小巧好用的小家电产品，2023年实现营业收入较上年同期增长14.43%。感谢

您的关注！

问：2023 年公司业绩稳健增长，未来将采取怎样的战略布局保持营收增长？

答：您好。公司通过以下几个方面积极提升经营业绩：

（1）产品方面，公司实施产品精品化战略，品类布局向全品类切入，一方面做大做强传统品类，聚焦有长期性且有规模的品类，另一方面，继续积极拓展新兴品类，保持过去积累下来的差异化优势能力，继续抓取市场机会；

（2）制造方面，公司持续提升精益制造管理能力，打造差异化、数智化的高效集成供应链运营体系，增强供应链的协同性、可视性、分析能力和反应速度，打通内部各系统支撑业务运作；

（3）数字化建设方面，公司以流程、数据和系统“三轮”驱动的方式，聚焦升级优化，支撑企业运营的数字化内核；

（4）销售渠道方面，公司在强化线上传统渠道运营能力的同时，继续强化新兴电商渠道布局，线下打造标杆试点区域，提升内部运营精细化，优化外部经销商管理体系。感谢您的关注！

问：领导，您好！我来自四川大决策，公司在家电以旧换新方面有什么发展目标？整体今年有什么大的发展规划？

答：您好。公司将密切关注国家、地方政策的落地情况，结合政策情况制定公司以旧换新计划。感谢您的关注！

问：请问公司未来的发展规划？

答：您好。公司以用户为中心，沿以下五大路径发力，立志在不远的将来成为全球小家电领先企业。

（1）战略驱动。公司做好从战略规划到战略制定落地执行的战略管理的闭环。

（2）产品为先。把产品放在第一位去打造。

（3）制造为本。公司将进行制造能力的全面升级、做强制造，

成为全球领先的小家电制造基地。

(4) 全球化布局。

(5) 数字化运营。公司将继续投入数字化系统性升级工程，全面赋能公司整个业务运营，助力打造新质生产力。感谢您的关注！

问：同行业都在享受，嵌入式软件增值税即征即退来增加净利润，贵司如何考虑？

答：您好。公司在 2023 年已经启动并申请享用，后续会持续跟进和管理。感谢您的关注。

问：公司的研发投入情况如何？目前取得了什么成果？

答：您好。公司 2023 年研发费用为 1.43 亿元，同比有所增加，较好地支持了各个研发项目的推进。感谢您的关注！

问：ai 技术不断发展，公司产品是否运用了该技术？如果没有，未来公司产品是否考虑融入 ai 技术？

答：您好。公司对 AI 技术保持高度关注。谢谢！

问：公司股份回购进展如何？下一步将如何做？

答：您好。截至 2024 年 4 月 30 日，公司累计通过回购专用证券账户以集中竞价交易方式回购公司股份数量 88,400 股，占公司总股本的 0.06%。公司将结合实际情况和资金安排进行股份回购，若有相关进展情况，公司将按照相关规定履行信息披露义务。感谢您的关注。

问：公司海外市场业务布局如何？销售额占比为多少？

答：您好。2023 年公司海外业务收入占比为 7.84%，当年收入增速较快，未来能给公司带来新的增长空间。过去小熊海外业务以 ODM 代工为主，现在主要是自主品牌出海和跨境电商业务。自主品牌

	<p>出海的销售地区主要集中在东南亚，以及欧美地区的华人市场，目前东南亚市场部分国家对小熊品牌已有一定的认知，公司未来会继续加大品牌建设和推广力度。感谢您的关注！</p> <p>问：面对工业 4.0 的到来，公司未来将如何布局发展？</p> <p>答：您好。公司多年来持续深耕多品类创意小家电领域，打造 5 大智能制造基地，积极推进数字化转型，以流程、数据和系统“三轮”驱动的方式，实现资源共享和工作高度协同，提升产品生产效率，实现柔性制造，帮助公司快速响应市场需求。公司会积极开拓创新，扎实推进落实新型工业化各项重点任务。感谢您的关注！</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>