

证券代码：002127

证券简称：南极电商

## 南极电商股份有限公司投资者关系活动记录表

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（ <u>请文字说明其他活动内容</u> ）
参与单位名称及人员姓名	申万宏源证券、东吴证券、财通证券、国盛证券、中金基金、兴业基金、银河基金、华夏基金、诺安基金、汇丰晋信基金、财通基金、中银基金、睿远基金等
时间	2024年11月26-29日
地点	公司会议室、基金会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 朱星毓
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、南极人轻奢系列 1800GMV 主要是在哪些渠道？未来如何规划？</p> <p>回复：</p> <p>之前已披露南极人轻奢系列商品近期日销额是在 1800 万 GMV 左右，目前主要是在抖音平台，占比约 80%以上，上新的产品包含自采产品及加盟产品，以保暖套装、保暖背心、保暖上衣、保暖裤、鲨鱼裤等冬季保暖产品及内裤、文胸四季产品为主。</p> <p>渠道及货品方面，到今年年底南极人男装、女装、内衣品类原有的老货品将全面退出。南极人轻奢系列产品将在阿里、京东、拼多多、唯品会等渠道全面上线，南极人轻奢系列新品都是统一形象、统一包装、统一物料，在终端非常容易辨别。轻奢系列自采是要把品类做深，产品做精做优做出规模；加盟是把品类做宽，满足消费者个性化的需求，做到货品既有深度，也有宽度。</p> <p>2、百家好品牌现在布局了哪些渠道？未来如何规划？</p>

回复：

渠道方面，百家好品牌 2022 年完成并购后，我们首先对原有的线下业务进行了整体剥离。2022 年底进行线上运营开拓，起点是在抖音平台，陆续在阿里、微信视频号、唯品会、京东等平台布局。目前终端销售额的 80%以上来自抖音平台，未来将持续开发阿里、唯品会、微信视频号、京东等平台。此外，百家好目前有约 120 家线下授权经销店。

货品方面，百家好品牌的定位是“美学风格化 SPA 品牌零售商”，但目前主要开发了女装外着品类，根据消费者需求，将考虑开发家居生活场景的货品布局，比如家居服、床品等。

### 3、如何看南极人、百家好、卡帝乐鳄鱼等品牌未来的增长情况？有没有业绩指引？

回复：

南极人品牌升级轻奢系列后，消费者反馈很好，公司也非常有信心，随着货品逐渐丰富及各渠道的全面上新，相信我们能在相对短的时间里拿回市场份额。但目前还在商品与市场的投入期，不会执着于对利润的即时追求，首先是做好商品，获得消费者认可，获得更广阔的市场份额。

百家好品牌我们希望在现有的基础上做好平台和品类的开拓，实现品牌高质量的发展和经营高质量的增长。

卡帝乐鳄鱼近几年发展较为稳健，2025 年预计会在业务结构上有一个调整，预计会加入部分商品的自营，定位上做相对运动休闲的定位。

公司会对品牌和产品持续投入升级，我们相信做好商业模式架构，持续做好客户的负面清单管理，认真打磨好产品，做到让消费者满意度持续提升，获得充分的市场份额，种下好因一定会收获好果，中长期来看我们相信一定是业务生态越来越健康，发展越来越好。

**4、未来对品牌的投入具体有哪些规划？比如广告或者代言人计划？**

回复：

今年是南极人品牌转型塑新的开局之年，轻奢系列公司邀请了代言人，也进行了硬广投放和梯媒投放。明年公司还会对品牌形象进行持续投入，会考虑代言人、社交媒体、灯箱媒体等方面的投入。

**5、南极人线下 12 月开店后，未来对线下是如何规划的？包括是否会出海？**

回复：

12 月即将开幕的南极人线下店是一个快闪店，我们后续会对线下店型进行打磨，成熟后进行更大范围的线下开拓。

公司对出海的希望是能够实现品牌和商品的步调一致性，目前我们在做团队建设，流程跑通等前期准备。

**6、公司对分红和回购是如何考虑？**

回复：

公司自上市以来一直非常重视回馈股东，已经累计分红达 11.79 亿元，在满足经营发展和业务投入的情况下，未来还是希望能够稳健、持续的回馈股东。

前期公司已回购的股份，目前约 4000 万股进行了一期员工持股计划分配，还有约 5800 万股作为预留股份对未来引入的新团队做激励。

**7、团队和人员配置上如何规划与考虑？**

回复：

原来的开放性授权模式下一段时间公司是在团队和人员配置方面采用了“人海战术”。升级为邀约制加盟和战略合作后，公司更看重团队和人才的能力沉淀、开放的视野和成长性，会更

	倾向于扁平化的管理，招募精兵强将。
附件清单(如有)	
日期	2024-11-29