

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：2021-005

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>
参与单位名称及人员	太平洋证券、长江证券、华宝基金、永赢基金、德邦证券、长城基金、长信基金等 87 方接入电话会议
时间	2021 年 10 月 29 日
地点	电话会议
接待人员 姓名	董事长、总经理李一峰先生 副总经理、董事会秘书刘奎先生 财务总监邹勇辉先生
投资者关系 活动主要内容介绍	<p>问：小家电目前线上竞争情况？</p> <p>答：近年来，小家电行业线上销售占比持续提升，线上电商渠道已经成为小家电销售的主流渠道，各企业纷纷加大投入，线上渠道竞争状态也代表整个行业的竞争状态。去年行业受疫情影响发展较快，新进入者较多，其他品牌也在加入，今年竞争有一定程度的加剧。</p> <p>问：公司如何看待行业景气度？</p> <p>答：短期来看，今年行业整体不景气，需求端受到一些影响，但也有部分新品类和部分渠道发展不错。小家电企业整体业绩表现不佳，最主要还是受到原材料价格持续大幅上涨的影响。叠加去年疫情</p>

影响高基数的压力，各企业加大营销推广，内卷加剧，导致利润进一步下滑。

对于小熊来说，我们同时还处于发展过程中的转型阶段，不仅需要调整前端销售策略，也要调整产品端，以更好地应对电商平台发展的变化。

中长期来看，我们对小家电行业仍然积极乐观。一方面，新需求持续涌现，需求端并没有根本上的变化。高单价的产品市场接受度比较高，整个行业有共同的意愿去推动产品往高单价的方向走。原材料价格也不会继续不断上涨。另一方面，经过今年的竞争，使得新进入者减少，也有一部分参与者被淘汰，明年竞争状况会得到一定程度上的缓解。

整体上，中长期向好的因素比较多。小熊也在逐步好转，努力走出低谷。

问：行业品类在高端化，有提价趋势，公司品牌定位注重性价比，如何理解公司产品提价行为？

答：产品价格行业整体往高端在走，主要是受原材料价格持续上涨的影响。过去原材料涨价时大家不会轻易去调终端价格，而是自己想办法去消化。但今年原材料价格上涨与以往不同，持续时间很长，上涨趋势目前还没有完全结束，企业消化不了，就去涨价，当然也不是简单地所有产品涨价，只有少部分产品直接涨价，更多地是通过产品结构调整。

小熊高性价比是策略，产品价格适中。性价比不仅仅是单价低，会从产品的功能配置、品质用料等综合去考虑，更多地倾向于配置高但价格适中。我们通过这种方式提高小熊产品的整体均价。一方面消化原材料价格上涨的影响，一方面考虑为渠道转型去做一些支撑。

问：和法国品牌 Brandt 的合作情况？

	<p>答：Brandt 品牌在欧洲比较知名，品牌调性比较高端。我们目前跟 Brandt 品牌授权方合作运营国内市场。品牌方只管品牌授权，研发和销售都需要小熊去做，我们会设立单独的团队去运营。</p> <p>问：内容电商崛起比较快，公司抖音运营情况？</p> <p>答：小熊过去在内容电商、社交电商的发展略微滞后，今年团队做了大量的工作，努力在做转变。抖音渠道现在有一定的销售额，店铺自播日销情况在行业表现较好，达人直播方面弱一些。后续会改变一些产品的企划方向，调整定价策略，以更好地支撑公司在抖音等内容电商渠道的发展。</p> <p>问：销售费用今年上升明显，主要因为传统电商流量费用提升，还是新平台推广？</p> <p>答：两个因素都有，传统电商平台竞争压力加大，推广费用会增加。另外，抖音等新平台的推广费用也比较高。</p> <p>问：海外布局的情况及运营情况？</p> <p>答：海外市场是公司希望开拓并期待未来增长的市场。今年海外业务增长趋势还在，但也没有爆发式增长。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2021 年 10 月 29 日</p>