

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：2022-002

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）_____
参与单位名称及人员	公司投资者
时间	2022年5月12日
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ <a href="https://ir.p5w.net">https://ir.p5w.net</a> ）
接待人员 姓名	董事长、总经理李一峰先生 独立董事杨斌先生 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><b>问：原材料上涨对公司销售有影响吗？海外市场需求增幅有达到预期吗？</b></p> <p>答：原材料价格持续大幅上涨，对企业经营有很大的压力。公司通过调整产品结构、上调销售价格的举措应对，来消化原材料涨价的影响。后续会进一步观察原材料价格的变动，并采取相应的应对措施，同时也会兼顾价格调整对收入的影响。公司海外销售收入2021年同比实现稳定增长，但目前占比还不大。</p> <p><b>问：能否对全年销售情况做个展望？</b></p>

答：公司销售规模会保持适度增长，追求合理增速。目前阶段我们定义为转型期，对质量追求放在更重要的位置，为长期发展奠定基础。

问：美国关税取消了的话，对利润有关系吗？

答：我们公司出口占比较小，对利润影响不大。

问：请问贵公司如何看待公司产品适配当前县域经济的发展，未来是否有相应的重心倾斜？

答：小熊电器产品的消费者目前以一二线城市为主，县域消费者也在逐步增加，公司会保持关注。

问：刚刚商务部称全国网络消费实现稳步增长，请问公司网络销售是否也实现了稳步增长？

答：公司线上销售占比较高且比较稳定。

问：贵公司今年有新产品推出吗？

答：公司每年都会有新品推出，会保持一定的上新比例，满足消费者需求。

问：公司是否有增加家用清洁类产品计划？

答：公司有部分清洁类产品在售，并会根据市场需求情况来考虑新品推出节奏。

问：请问疫情对贵公司影响如何？

答：疫情会推动部分品类增长，比如居家相关的空气炸锅、打蛋器等，但今年疫情的正面影响并不明显，主要是因为受疫情影响区域物流中断导致宅家经济无法兑现，因此目前疫情是负面影响为主。

**问：请问和法国 Brandt 电器合作进展如何？是否暂时只在天猫平台售卖代理的 Brandt 电器，我看推广还是比较少。**

**答：**目前 Brandt 品牌在天猫、京东、抖音等都有旗舰店，产品布局还在不断完善中，推广也有投放，以宣传产品内容形式为主。

**问：目前直播带货运营情况如何？**

**答：**公司很重视以抖音为代表的新兴电商渠道，近期通过抖音直播带货的销售额也取得了一定增长，但经营利润目前还不稳定。

**问：请问小熊目前国内小家电市场占有率是多少呢？市场占有率是如何估算的？**

**答：**公司产品品类丰富，目前有超过 60 个产品品类、500 多款产品型号对外销售，产品使用对象涵盖幼儿、青年、中老年人群及其生活与工作的不同场景。2021 年双十一期间，公司煮蛋器、酸奶机、电热饭盒、电烤炉、打蛋器、吐司机、多士炉等七大品类获得天猫平台销售额第一；煮蛋器、酸奶机、电热饭盒、电烧烤炉、打蛋器、三明治机、煎药壶等七大品类获得京东平台销售额第一。

**问：最近公司人民币汇率大幅度贬值，对公司财务利润影响大吗？**

**答：**汇率波动对我们利润有一定的影响，但我们出口占比较小，所以对利润影响不大。

**问：公司上市前和上市后，产品价格涨幅明显，现在是上市公司了，公众公司了，希望公司做高端产品的同时，不忘初心，继续保留高性价比的产品惠及大众。**

**答：**感谢您的建议。公司坚持高性价比的产品定位没有发生改变。

**问：请问公司近几年的海外市场布局如何？未来几年如何规划发展？**

答：目前公司海外业务分为三块，分别是 ODM 传统代工业务、自有品牌出海和跨境电商。之前主要是做 ODM，现在品牌出海业务占比逐步在提升，跨境电商业务主要是亚马逊美国站、欧洲站及相关市场的跨境电商。公司会长期坚持拓展海外业务。

**问：小熊电器，出口业务占总业务的比例是多少？**

答：公司 2021 年出口销售额占整体销售额的比例为 6.37%。

**问：为什么公司 4 月 8 号公布去年业绩大幅下滑后，股票价格却连续大涨？**

答：公司 2021 年度业绩出现下滑，但第四季度收入同比已恢复增长，净利润环比降幅有所收窄。影响股票价格的因素很多，请投资者注意投资风险。

**问：建议公司增加宠物类家电用品。**

答：感谢您的建议！目前我们会保持关注。

**问：请问目前疫情期间是否有利于公司产品的销售？和 2020 年相比，公司是否抓住机会扩大销售？**

答：疫情会推动部分品类增长，比如居家相关的空气炸锅、打蛋器等，但今年疫情的正面影响并不明显，主要是因为受疫情影响区域物流中断导致宅家经济无法兑现，因此目前疫情是负面影响为主。

**问：请问公司前段时间火灾损失约 5000 万是否获得赔偿了？**

答：该事项目前处于保险公司理赔、定损过程中，公司后续将根

据该事项进展情况及时履行信息披露义务。

**问：请问公司直销规模扩大致毛利率上升，同时销售费用也增加，那么增加的毛利是否能够大于增加的销售费用？**

答：2021 年度，受原材料价格大幅上涨影响，公司自营渠道销售规模占比提升带来的毛利率提升，没有覆盖增加的销售费用。

**问：贵公司在京东和天猫账单周期是多久，是否会对公司财务上造成一定的影响？**

答：公司根据合同约定的账期收款，目前京东和天猫渠道结算正常，未对公司财务造成影响。

**问：现阶段国内家用电器消费升级的现象很明显了，国产高端品牌也可以卖出高价，请问公司有没有推出高端子品牌的计划？**

答：公司目前主要围绕“小熊”品牌进行升级，也有和法国 Brandt 品牌授权方合作运营国内市场，Brandt 品牌调性比较高端。公司暂未有推出高端子品牌的计划。

**问：请问公司有没有可能和家电行业的巨头（比如格力电器）进行某种互补互利的合作？**

答：您好。公司暂未有跟家电行业巨头展开互补互利的合作。后续若有相关事项，将根据相关规定履行信息披露义务。

**问：请问公司有没有打算今年再推出新的股权激励计划？**

答：2021 年股权激励计划终止实施后，公司将根据有关法律法規的规定，充分考虑行业、市场并结合公司的实际情况，通过优化薪酬体系、完善绩效考核制度等方式调动管理层和核心骨干的积极性，继续研究推出其他有效的激励方式，健全公司长效激励机制，促进公

	司持续、健康、稳定的发展。后续若有股权激励计划，公司将按照相关规定履行信息披露义务。
附件清单 (如有)	无
日期	2022年5月12日