

证券代码：301001

证券简称：凯淳股份

上海凯淳实业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-002

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 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姓名	中信证券研究部 杜一帆、单竹岭、尹佳伟、何锦鹏 中信证券 罗斌、张怡
时间	2025年1月3日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 钱燕女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司在天猫、抖音、微信等多渠道的分布情况如何？不同电商渠道对于代运营商的能力要求有何差别？公司在不同渠道打法的核心竞争力是什么？</p> <p>当前，我公司的品牌线上运营服务已实现了在天猫、淘宝、京东等主流电商平台之外的多元拓展，成功覆盖了抖音、小红书、拼多多、微信等新兴渠道。这一战略举措使得公司来自新电商平台的收入及占比有所提升，有效降低了对单一电商平台的依赖性。</p> <p>不同电商渠道对于代运营商的能力要求有所差别：基于淘宝/天猫平台拥有庞大的用户基础，代运营商需具备强大的商品管理、营销策划、客户服务和数据分析能力，精准的数据分析对于优化店铺运营策略至关重要；京东平台的核心竞争力之一是快速物流服务，代运营商在此平台上则需特别关注供应链管理和物流配送效率，同时也要重视品牌形象的维护；拼多多平台以拼团模式和社交电商概念著称，因此要求代运营商灵活运用社交媒体推广，设计吸引人的促销活动，同时注重成本控制，以满足其目标消费群体对性价比的追求；对于抖音小店/快手小店，随着短视频平</p>

台向电商领域的深入扩展，代运营商面临着如何利用视频内容吸引流量的新挑战。这不仅需要传统电商运营经验，还要掌握短视频制作、直播带货等新兴技能，并理解平台算法推荐机制，以实现流量的有效转化。

针对不同电商渠道的特点，公司采取了差异化的运营策略，以发挥自身优势并适应市场变化。我们不仅注重策略的灵活调整，还致力于学习新知识、掌握新技术，以构建跨渠道统一管理的能力，实现资源的高效整合与利用，这是提升整体竞争力的关键。公司正通过精细化的运营策略和技术创新，不断提升在多元电商渠道的竞争力，为品牌的线上发展打开新的局面。

2、公司所服务的品牌从行业上的分布、国内/国际品牌的分布上有何特征？不同行业以及不同类型的品牌对于运营商的能力要求有何差别？

公司目前所服务的品牌方以国外品牌为主，这些品牌在市场知名度、业务稳定性、回款能力以及获客成本等方面均展现出明显优势。我们的业务覆盖的行业丰富多样，包括但不限于美妆、日化、厨房家居、奢侈品、食品、母婴等多个领域。

针对不同行业和品牌的特点，运营商需要侧重的能力各有不同，涵盖技术应用、市场营销、供应链管理等多个方面。在零售领域，电商平台尤其重视转化率和用户体验。通过运用推荐系统，平台和运营商能够更深入地理解用户需求，提供更精准的商品推荐，从而促进消费转化。同时，简洁直观的界面设计、流畅的交互体验、及时专业的客户服务和完善的售后服务等都是提升用户黏性和消费者满意度的关键因素。通过这些细致周到的服务和策略，公司能够准确把握并满足不同品牌的需求，持续优化用户体验，进而在竞争激烈的电商市场中脱颖而出。

3、从行业端来看，近两年来品牌在与代运营商的谈判中似乎也在一定程度压降分成比例，公司如何看待未来的服务费率的发展趋势？想请公司在多元化变现的角度展开分享。

在市场竞争日益激烈、消费者行为演变和技术飞速进步的背景下，品牌商与代运营商都在积极探索更为高效的合作模式，以实现双方的共赢。针对未来服务费率的走势及多元化变现途径，公司聚焦以下几个关键方面，以提升自身的竞争优势：引入先进数据分析工具和技术提升运营效率并优化成本结构，为实现服务费用结构调整提供可能性，使服务费率更趋合理化；基于品牌对于增值服务的需求日益增长，公司可以为品牌提供市场调研、产品定位咨询、内容营销策略制定等增值服务，在为品牌带来新的增长点的同时，也为公司开辟了新的盈利渠道；重视社交媒体和直播带货等新兴渠道，帮助品牌拓展市场，实现全渠道的运营销售，促进销量增长；利用积累的数据资产进行精细化运营管理，帮助品牌作出更精准的战略规划和运营

决策，并从中发掘新的商业机会。

面对不断变化的商业环境，公司一直致力于积极探索适合自身发展的商业模式和服务体系。通过与品牌的深化合作、共同成长，让双方在充满挑战的市场中捕捉到更多发展机遇。

4、近两年看到不少代运营商在帮助品牌运营之外，也在探索主动下场掌管品牌，包括收购外部品牌或者原创品牌，公司在这一方面如何看？是否有布局？

确实有不少代运营商开始尝试从单纯的运营服务转向更深层次的品牌管理，甚至直接参与到品牌的创建或收购中。这种转变背后的原因是多种多样的，比如市场需求的变化，价值链的延伸、盈利模式的多元化等等。公司对这一趋势持开放态度，公司将通过深入分析自身的优势和外部市场环境，保持战略的灵活性，并基于市场的变化和公司的发展需求，审慎调整战略方向，以确保公司能够灵活应对市场波动，抓住行业发展的机遇，实现长期稳健的成长。

5、最近一段时间关于 AI 赋能电商行业出现了很多的讨论，也了解到 AI 相关的工具在行业内有很多的应用场景。从增收与降本两个维度出发，AI 对于公司的业务发展与财务表现有何影响？

AI 语言类模型、生成类模型、情感类模型在电商行业发展迅猛，公司在关键业务领域已经广泛采用了 AI 技术，包括但不限于生成式文字内容、创意图片设计、编程辅助、AGENT 智能代理、数据处理等。这些应用场景具体体现为：提炼产品核心卖点、设计适用于多种场景的创意图像、运营商品 AI 赋能、KOL 精准营销系统、构建内部业务系统的问答 ChatBot、智能助手、智能客服服务等。这些系统和服务的主要目的是帮助品牌更好地理解市场动态、优化产品卖点、提高营销效率，以及精准触达目标受众。同时，这些智能化工具也为公司内部降本增效提供了坚实的支撑，通过自动化、个性化和智能化，提高运营效率，降低成本，提升客户满意度。

未来，公司将继续关注 AI 技术的最新应用场景，并积极探索将 AI 技术与电商场景相结合，以提升公司的整体核心竞争力。同时，公司致力于不断提升自身的研发和技术开发能力，通过构建智能化和数字化的经营模式，运用云计算、大数据分析、人工智能等前沿技术，以提高经营效率和决策质量。公司将数智化的方法论与主营业务相结合，因地制宜地解决品牌面临的痛点问题，实现服务数量和质量的双重提升。通过这些努力，公司旨在为客户提供更加个性化、高效的服务，同时优化内部管理流程，实现可持续发展。

6、最近几周微信生态的电商体系有很多变化，公司是否有服务品牌在这一生态中的布局？伴随着新的流量渠道的演变，往往也

	<p>酝酿着服务商的机会，想请公司在这一个维度展开分享。</p> <p>微信小店凭借微信庞大的用户基础和独特的社交属性，通过视频号、公众号、小程序、群聊等多维场景进行商品销售，巧妙地将商品交易融入社交网络，打造了一种“社交电商”的新模式。微信小店完全融入微信生态，得以享受来自社交互动（包括单聊、群聊、朋友圈）、公众号、微信搜一搜、视频号等多个渠道的流量滋养。这种创新的服务模式无疑为电商市场注入了新的活力，带来了前所未有的机遇与挑战。根据近期微信小店的一些公开数据显示，渠道潜力也得到初步验证。</p> <p>目前，公司已为部分品牌在微信小程序提供代运营服务，然而，微信的“送礼物”等功能尚处于灰度测试阶段，仅对部分用户开放，微信电商的整体发展态势尚存不确定性。面对这样的市场状况，我们将保持敏锐的市场洞察力，及时关注行业的新发展趋势。同时，我们将积极调整业务策略，拓宽业务领域，以灵活应对市场变化，确保公司能够把握微信电商的未来发展机遇，持续推动业务向前发展。</p>
附件清单	
日期	2025年1月6日