

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

编号：2025-013

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 投资者关系活动类别     | <div><div><input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研</div><div><input type="checkbox"/> 分析师会议</div><div><input type="checkbox"/> 媒体采访</div><div><input type="checkbox"/> 业绩说明会</div><div><input type="checkbox"/> 新闻发布会</div><div><input type="checkbox"/> 路演活动</div><div><input type="checkbox"/> 现场参观</div><div><input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>（股东大会交流）</u></div></div> |
| 参与单位名称及人员姓名   | 华福证券、国金证券、华西证券、广发证券、国海证券，申万宏源证券、申万菱信、平安养老、华夏基金、国信自营、浦银安盛等                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 时间            | 2025 年 9 月 12 日                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 地点            | 本公司会议室                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 上市公司接待人员姓名    | 董事长：张玉祥<br>财务总监：沈佳茗<br>董事会秘书：朱星毓                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <div>一、主要问题及回答</div> <div>1、公司上半年改革已经完成的成果有哪些？</div> <div>回复：</div> <div>目前公司还在业务改革的调整中，整体改革的方向是坚定不移的以消费者为中心，做好产品，提供好的消费体验，用好产品 and 好服务穿越周期；成为客户友好型企业，建立好的业务模式，不做内卷竞争，虽然短期承受一些压力，但目前客户体系的反馈是很好的；做员工友好型企业，鼓励员工创业与分享；做对股东负责的企业，聚焦主业，谨慎投资，持续提升经营性净现金流，并坚持持续给予股东回报；寻找天花板更高的关联产业进行投资孵化，打开企业成长空间，持续建立股东投资的安全感与成就感。</div> <div>具体汇报现阶段的一些业务调整情况：</div>                                      |

1、跨境业务来看，公司目前已经开拓了亚马逊及独立站等跨境销售渠道，产品品类聚焦年轻化品类，包括瑜伽产品等。从现有的消费者反馈来看，我们的产品还是很有竞争力，这得益于国内发达的制造基础，我们要用好优势。

2、线下渠道来看，线下门店主要以“超级南极人”以及“南极人+”两个主题门店类型为主。目前已开设的超级南极人门店在商场具有较强的竞争力，我们还在持续打磨产品结构，打磨店型，目标是争取进入商场门店排名的前五名。线下门店将同步逐步增加社群运营的投入。南极人+模式门店将推出专注于年轻人、带有网红主题的复古消费店型，预计筹备期在3-4个月左右。此外，贝拉维拉品牌将于11月进行线下门店尝试。

3、产品方面来看，公司目前仍然坚持大牌平替的发展策略，在产品调性方面，公司目前主推“老钱风”及“老花风格”，秋冬季节主打的品类除了原有保暖内着外，外着方面还包括大衣、羽绒服、卫衣及卫裤等。

4、业务拓展来看，公司后续计划进入文化创意产业，计划通过与著名IP的合作来打造公司擅长的IP周边产品，品类包括但不限于生活用品和时尚用品等，公司希望能够利用好自己在制造业建立的既有优势，逐步开拓消费领域的IP零售业务。

**2、公司现有大牌平替的发展路径成果如何？**

回复：

实现大牌平替的策略目标，现阶段最重要的还是做好供应链团队的建设，并同步在设备、软件管理应用以及通过创新工艺对传统时尚的理解做对应的提升。

线上业务来看，这是我们擅长的，通过近2年的业务结构调整，公司将进入良性且稳健的发展路径，通过持续对商品货盘的复盘梳理，选择具有高性价比的品类及产品，逐步

形成销售壁垒，坚持邀约制客户合作，避免过度内卷，发展客户与公司良性、共进、多赢的业务生态。

线下业务来看，超级南极人涉及的产品类别较多，包括男装、女装、内衣、家纺、童装和一些联名的生活用品。南极人+将会打造年轻化、提供情绪价值的线下门店，更偏向于精品店形式。

**3、公司目前线下业务的开拓方式是如何？线下库存如何管理？是否考虑境外实体门店的开立？**

回复：

公司后续线下业务开拓计划更多采取的是员工合伙人形式。通过寻找优质且具有忠诚度的线下门店合伙人，提高线下门店的整体投资效率。

公司线下业务产品有自营及加盟货盘，对店型的打磨希望实现门店即前置仓，品类主要以经典款以及受到大众喜爱的产品为主，通过经典款产品的不断做精做深有效实现产品的库存管理。

公司对于境外实体店有布局意向，但这肯定是需要一把手躬身入局的，现阶段计划进行团队搭建，待后续人员团队充足后将会进行逐步布局。

**4、公司主要品牌的招商情况如何？公司在供应链方面的特点是什么？**

回复：

公司主要品牌目前招商的策略还是以大客户合作为主，致力于通过集中精力服务好少量大客户实现双方合作价值的最大化。公司目前家纺、童装品类的 15 个主要大客户已占据公司对应品类销售额的近 70%。

公司供应链的特点是在产业带中拥有一批小而新，且愿意跟随公司在前期通过工艺、设备等方面投入进行改造的工

厂，公司通过与其深度的合作与开发，同步推动规模发展。

**5、AI 对于设计、管理及公司整体的经营有何赋能？**

回复：

公司对于 AI 的应用更多体现在管理方面。对于产品的设计开发而言，行业是有风向标的，因此市场更多的是依赖风向标品牌设计的指引。目前，公司 AI 的应用更多辅助的是管理效率及营销整合方面的内容，通过中心化的管理及各个维度底层数据的共享实现管理效率的提高。

**6、公司如何将大牌平替的产品理念向用户做延伸触达？**

回复：

营销方面来看，公司线下渠道主要基于公司后续开设的具有网红主题性质的线下门店，公司将通过 KOS、KOL 及 KOC 等传播争取将公司理念及品牌形象向年轻人做到触达。公司针对线下门店将会呈现更多个性化的营销手法以符合当下消费者的偏好。公司线上渠道的营销主要通过更多的向消费者触达及链接高性价比产品来实现。

**7、百家好目前线上渠道的拓展情况如何？**

回复：

整体上看，百家好品牌目前在抖音的绝对占比略高，但在天猫、淘宝等货架板块收入占比逐步提升，且增速高于抖音板块。

**8、公司未来发展的方向是什么？**

回复：

第一点是要守住底线，第二点是要找到一个高的业务发展天花板。

|          |                                                                                                    |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | 第一，公司目前的经营底线是不贷款，更不对外举债，也不做自己不擅长且未知的经营领域。第二，打开公司的业务发展天花板需要对现有业务进行创新，主要体现在公司的经营品类，销售渠道以及关联产业的创新与突破。 |
| 附件清单（如有） |                                                                                                    |
| 日期       | 2025-9-12                                                                                          |