

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：2024-003

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	国泰君安 陈笑、赵国振； 财通资管 杨振； 泰信基金 王冰倩； 富安达基金 李雨桐； 嘉实基金 张浩嵩； 太平养老 高瑜； 山西证券资管 田也； 天治基金 王策源。
时间	2024年12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 证券事务代表 原天一女士
投资者关系活动主要内容介绍	1、请问公司代运营业务的商业模式？比如合同一般多久签订一次，对佣金率的约定是多久进行一次调整？ 公司的业务包括品牌线上销售服务、品牌线上运营服务以及客户关系管理服务。品牌线上运营服务（代运营）是指公司围绕品牌方线上店铺销售，提供各类运营服务，包括视觉设计、店铺运营、仓储物流、营销策划、活动管理、客户服务等。 合同周期基本以年度为单位。涉及佣金（提点）收取的业务以品牌线上运营服务为主，与品牌结算方式包括固定服务费、提点服

务费、固定加提点服务费三种。品牌线上运营服务的服务费比例及计算方式由双方事先协商确定(如根据店铺销售总额乘以阶梯费率计算,并随店铺年度销售总额的增加而提高),双方对服务费及其他条款协商一致后签署合同,合同期限一般为一年及以上,服务费根据合同约定的计算方式按月对账结算,不存在合同期限内调整费率的情形,合作续约过程中,双方会对服务费率进行协商调整。

2、请问公司代运营业务主要覆盖哪些平台?如天猫、京东等,以哪些平台为主?

公司目前代运营业务覆盖平台包括天猫、淘宝、京东、抖音、小红书、拼多多、微信小程序及品牌官网商城等多家渠道平台。

3、新兴平台跟传统货架电商相比,在业务层面上有什么不同?

新兴电商平台与传统货架电商在业务层面上的主要区别在于新兴平台更侧重于通过内容推荐和算法分发实现“货找人”的模式,强调在休闲娱乐中发现并购买商品的“逛-买”路径,利用分发机制和兴趣逻辑驱动销售。同时,新兴平台注重创新体验,重视大数据为营销策略提供精准指导,并通过内容产出与社交网络建设私域流量池降低成本,增强用户参与度与社区建设。而传统货架电商则依赖于“人找货”的搜索模式、广告逻辑、引流机制和图文描述,数据分析能力有限,且需要高额广告投入获取流量。

4、请问公司自主研发了全渠道的数字化营销系统,主要在哪些方面投入使用?

全渠道的数字化营销系统能够提供以销售和获客为目的的闭环营销运营方案,不仅能够管理客户关系,还能够通过私域流量池进行深度营销,并结合电商代运营思维,将营销活动与销售目标紧密结合,从而实现从吸引潜在客户到最终销售转化的全过程管理。做到从数据出发,以算法模型为基础,科学地将种草和客户的生意进行连接。这种综合性的营销运营方案,能够帮助品牌实现从市场推广到销售转化的无缝衔接,提高营销投资回报率,并建立长期稳定的客户关系。

5、请问公司近几年代运营业务的毛利率、净利率的情况?未来

是否有提升的空间？

公司代运营业务毛利率在 30%左右，较前几年有所降低。主要原因包括：第一市场竞争加剧，代运营服务的价格可能受到压缩，导致毛利率下降；第二运营成本的增加，如人力成本等；第三公司整体固定成本较高，在营业收入下滑的情况下，毛利无法完全覆盖固定成本所致。

公司未来计划从以下几个方面提高公司核心竞争力：第一，通过提供差异化服务、提升服务质量或开发独特的产品来增加服务的附加值，为品牌方提供一站式商业解决方案；第二，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；第三，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。

6、请问跟其他代运营公司相比，毛利率略低的原因？

各个代运营公司的具体成本归集口径不同，可能导致毛利率偏差。另外由于公司所处上海，相较其他代运营公司而言人员成本和固定成本较高。

7、请问公司成本端、费用端的主要构成？

公司根据不同的业务模式，公司成本由具体以下几种构成：

（1）品牌线上销售服务

零售模式：公司根据终端消费者的订单发货，在商品出库时按照发出产品的类别、数量计入发出商品，当终端消费者确认收货且公司收到货款时，结转相应订单的销售成本；分销模式：公司根据分销客户的订单发货，在商品出库时按照发出产品的类别、数量计入发出商品，根据当期确认的销售情况，结转当期销售成本。

（2）品牌线上运营服务

品牌线上运营服务成本主要为人工、仓配物流、推广引流等其他服务成本：人工成本主要由员工薪酬成本以及部分客服、拣货、配货、打包等临时性、辅助性工作的劳务外包成本组成，公司根据运营人员及客服人员所服务的项目归集当期人力成本，在相关运营服务收入确认时结转成本；仓配物流成本主要包括物流费及耗材费，公司根据物流所服务的项目直接归集品牌当期物流成

本，根据各项目实际使用耗材情况，归集当期的耗材费用，在相关服务收入确认时结转成本；推广引流成本系为运营模式的店铺提供定制化的内容营销服务时，相关的媒体营销资源的采购成本，按项目核算，在相关服务收入确认时结转成本；其他成本主要为网络通信服务费用、外购广告创意费用、外购营销策划费用及短信发送服务费用等，公司根据项目归集，在相关服务收入确认时结转成本。

（3）客户关系管理服务

客户关系管理服务成本主要为人工成本等其他成本：人工成本主要由员工薪酬成本以及部分客服等临时性、辅助性工作的劳务外包成本组成，公司根据项目归集当期人力成本，在相关服务收入确认时结转成本；其他成本主要为网络通信服务费用、短信发送服务费用、仓配物流费等，公司根据项目归集，在相关服务收入确认时结转成本。

8、请问如何看待品牌方有可能跳去其他代运营企业或者收回代运营权限、转为自己经营的可能性？

品牌方选择跳槽到其他代运营企业或收回代运营权限转为自己经营的可能性是存在的，这主要取决于品牌方对当前代运营服务的满意度、成本效益分析、市场环境变化以及品牌自身的战略规划。比如服务质量与效果：如果品牌方对当前代运营企业的服务质量或营销效果不满意，可能会考虑更换合作伙伴或自行运营。其次成本效益：品牌方可能会对代运营服务的成本与自身运营的成本进行比较。如果认为自行运营能够更有效地控制成本并提高利润，可能会选择收回代运营权限。另外市场环境：市场环境的变化，如消费者行为的变化、竞争格局的调整等，可能会促使品牌方重新评估代运营服务的价值。还有就是技术能力：随着技术的发展，品牌方可能会增强自身的数字化和电商运营能力，从而有能力自行管理电商业务。最后是战略规划：品牌方的长期战略规划可能会发生变化，例如更加注重品牌控制或数据隐私，这可能会促使品牌方选择自行运营。以及合作关系：品牌方与代运营企业之间的合作关系是否稳固，也会影响品牌方的决策。如果合作关系出现问题，品牌方可能会寻求其他合作伙伴或自行运营。

为了降低品牌方跳槽或收回代运营权限的风险，面对品牌方可能的选择，公司会不断提升自身的服务能力，包括但不限于技术能力、数据分析能力、市场洞察力等，同时加强与客户的沟通，建立更加紧密的合作关系，提供更具个性化和针对性的服务方案，以增强客户黏性，减少被替换的风险。

9、请问公司认为代运营行业未来的发展趋势？

随着新兴流量渠道不断壮大、行业发展新力量不断涌入，平台企业营收增速、业务扩张速度呈现放缓趋势，并采取组织改革、策略调整等措施以适应市场变化。电子商务行业发展显示出从高速扩张到成熟平稳、由粗放发展转向深耕细作的转变。电子商务服务发展战略重心逐渐从获取新客户转向老客户服务提升，从市场规模和客户数量的增长转向服务质量的提高，并自技术、营销、交易等各方面积极探索新业务、新模式，寻求新突破，探索新增长。

10、请问前两年公司还有客户关系管理等业务，这块业务目前的情况？

公司前两年的客户关系管理（CRM）业务表现较为稳定，2023年该业务营业收入较2022年同期实现了12.81%的增长，毛利率下降了3.11%，是市场竞争加剧、成本上升及其他运营因素综合所致。尽管毛利率有所下降，但公司客户关系管理业务的整体表现仍然较为稳定。

公司将继续关注CRM业务的运营效率和市场表现，通过优化服务、提升客户满意度、控制成本等方式，努力提高毛利率，并保持业务的稳定增长。同时，公司将探索新的增长点，如通过AI技术在客服场景的赋能、市场拓展或业务模式创新等手段，提高了客服的效率和质量，提升客户满意度，从而以进一步提升CRM业务的竞争力和盈利能力。

11、请问这两年公司是否有并购整合的规划？

公司会根据自身的长期战略规划，持续关注产业链上下游的优质标的，以及行业内的并购机会。公司会综合考虑业务发展、上下游产业链协同效应等因素，进行全面的风险收益评估，并采取谨慎的决策过程，以确保并购活动能够有效赋能公司的发展。

如果市场出现有利于公司主营业务发展、能够提升公司整体实力的优质资产，公司会在合适的时机积极进行并购工作。在这个过程中，公司会严格遵守信息披露相关法规，确保及时、准确地披露相关信息，以维护投资者的知情权和市场秩序。

12、近 2 年部分代运营企业推进品牌孵化业务，考虑到代运营企业对品牌管理有丰富的经验，公司是否也会考虑推进该类业务？

公司基于在电商零售行业多年的经验积累，以及对当前中国消费市场的深入洞察，将审慎地进行品类和具体品牌的筛选，充分考虑市场趋势、消费者偏好、竞争环境以及公司的核心竞争力等因素，以确保相关业务的开展都能够符合公司的长期战略目标，并能够为公司带来可持续的增长和价值。

公司将继续关注市场动态，并在适当的时候考虑拓展新业务。在此过程中，公司会保持与投资者的沟通，确保透明度，并在必要时按照法规要求进行信息披露。

13、请问公司在 AI 方面的布局，AI 对业务层面的赋能怎么看？

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，公司在内容运营、图像设计、数据收集与处理、客服联络等关键业务领域，已经广泛采用了 AI 技术，实现了业务流程的自动化和智能化。通过引入 RPA（机器人流程自动化）和 AI 技术，公司在售前、售中、售后环节中实现了客服接待和转化的赋能，显著提高了服务质量和效率。

在运营管理方面，公司通过智能化和数智化精进，从视觉设计和算法优化两个方面提升了工作效率。生成式模型可以加速设计类岗位的产出，在高效的图海中快速让品牌看到 DEMO，减少重复修改的冗余时间，这些改进不仅提高了运营效率，还增强了用户体验。在内部培训方面，多模型结合可以提供个性化的学习路径，根据员工的技能水平和学习进度自动调整培训内容。例如，结合自然语言处理（NLP）和机器学习模型，可以分析员工的学习数据，提供定制化的学习材料和反馈，从而提高培训效果。在内部协作方面，多模型结合可以优化工作流程，提高团队协作效率。例如，结合聊天机器人和知识图谱，可以创建智能助手，帮助员工快速查找信息、协调任务和解决问题，减少重复性工作，提高

	<p>工作效率。</p> <p>通过这些多模型的结合应用，公司不仅能够提高运营效率，还能够降低运营成本，实现资源的优化配置。这种技术驱动运营优化是公司在数字化时代保持竞争力的关键策略之一。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。</p> <p>14、请问公司中长期的发展目标？</p> <p>在快速变化的市场环境中，公司始终坚持长期主义的理念，致力于构建稳健而持久的发展路径，成为“能深耕，敢破局，懂持续”的品牌服务商。公司注重日常运营的长期复利效果，通过为品牌量身定制方案策略，采取精细化、数字化运营等方式，展示品牌理念、强化品牌价值，形成符合品牌市场拓展的最佳运营模式，帮助品牌挖掘内部核心竞争力。</p> <p>在数字化飞速发展的今天，品牌面临“人、货、场”的全新定义和挑战。公司将持续为品牌重塑经营力，提供数智技术支持的策略方案，通过全生命周期的数据资产整合应用，激发数据价值，为品牌搭建消费者标签体系、数据分析洞察、数据模型设计、业务场景应用、全域数据监控等服务，系统性收集反馈，捕捉消费者心理，助力品牌解构增长难题。通过对人群的精准触达、品牌心智的闭环构建营销、货品力升级换新，实现“人货场”三赢效果。</p> <p>未来，公司也将继续秉持科学经营理念，沉淀并迭代数智化经营方法，以数字和技术驱动决策优化、管理优化、服务优化，将数字化降本增效和全链路运营紧密结合，助力品牌高效高质量建设，同时拓展公司发展的新路径。</p>
附件清单	
日期	2024 年 12 月 4 日