

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：2025-001

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	天风证券、华西证券、民生证券、甬兴证券、鹏扬基金、广发基金、交银施罗德、天瑞万和、鑫元基金
时间	2024年12月30日-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：朱星毓
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司是一家可选消费品生产商、品牌商，目前主要拥有南极人、百家好、卡帝乐鳄鱼等品牌。</p> <p>2023年公司对南极人原有的开放性授权模式进行了调整，从原来的开放性授权逐步过渡到现在的邀约制加盟，并对供应链及经销商进行了大刀阔斧的改革，与不符合公司商品品质要求的供应链客户及过度内卷的经销端客户逐步终止合作。2024年，公司把南极人品牌的男装、女装、内衣品类从原有的授权合作模式转变为自采与加盟模式，通过邀请头部客户合作，减少低效内卷，专注提升商品品质，共同打造好品牌、好商品、好服务。2025年将全面推新轻奢系列。</p> <p>百家好品牌的定位是“美学风格化 SPA 品牌零售商”，2022年公司收购百家好系列品牌后，快速将百家好原有的线下直营业务进行了剥离。2022年底，公司对百家好品牌进行线上招商运营；百家好品牌2023年全平台实现了25亿GMV；2024年百家好事业部实现47亿GMV的成绩。2025年，百家好将持续布局开发平台经销端，产品品类方面考虑开发家居生活场景的货品布局，比如家居服、床品等。</p>

卡帝乐鳄鱼品牌近几年发展较为稳健，2024 年对供应链及经销端做了全面复盘与数理，2025 年预计会在业务结构上有一个调整，预计会加入部分商品的自营。

1、轻奢系列最近日销有多少？

回复：

近期随着平台活动及冬季新品的上新的完成，行业整体进入春夏季产品准备期。南极人轻奢系列和百家好品牌在各平台排名 Top10。目前南极人轻奢系列日销额在 1600 万 GMV 左右，南极人轻奢系列自采产品线上销售超 900 万件，线下快闪店销售约 1.8 万件，线下快闪店周末的日销售额在 15 万+，周中的日销售额中位数在 7 万+。

南极人轻奢系列产品消费者反馈的整体好评率在 95%以上，公司还将针对消费者对轻奢系列产品的具体反馈持续迭代，围绕“轻奢品质，逆天价格”持续打磨好商品、好服务、好品牌。

2、公司轻奢系列目前有多少个 SKU？

回复：

2024 年南极人轻奢系列自采产品有 15 个 SKU，主要是冬季的保暖产品，热销的保暖衣、保暖裤、保暖内衣等，在线上、线下都获得了消费者的持续好评，2025 年预计会增加速干系列、羊毛系列、羽绒系列产品，整体上自采产品目标是“大单品大爆款”；2024 年底轻奢系列加盟产品约 1000+SKU，目前在销售端自采产品与加盟产品的占比大约是 3:7，未来会持续上新，满足消费者多样化的需求，加盟产品目标是“小单品小爆款”。

公司对自采产品和加盟产品的要求是一致性的，建立了高标准的产品指引及产品评价机制，目标是做到产品品质的一致性和高标准，尤其是在生产环节，我们对加盟工厂的要

求不仅是注重技术上的先进性，也关注管理体系的高效性。

3、现在南极人品牌有多少店铺？

回复：

公司对南极人品牌焕新做了大量投入，对经销情况进行了复盘梳理，坚持对“负面清单管理”零容忍的理念，提高了对客户的准入门槛，采用白名单邀约制，邀约头部或细分品类下的佼佼者进行合作。目前南极人品牌是新老客户的接棒期，2025 年对不符合“负面清单管理”标准的客户不再续约，进行闭店；对符合公司管理要求的客户进行续约，同步新客户进行新开店。目前轻奢系列全渠道有 170 多家店铺，2025 年第一季度预计新增 200 家店铺。

4、卡帝乐鳄鱼品牌的未来规划是怎样的？

回复：

卡帝乐鳄鱼品牌以休闲运动款为主，品牌定位“大牌平替、经典复古”，产品定位“运动休闲、轻量户外、都市通勤”。2024 年，公司对卡帝乐鳄鱼品牌的供应链和经销端进行了复盘与梳理，将全面提升产品品质。2025 年，公司将对卡帝乐鳄鱼品牌的产品线做一定的调整，男装、女装品类预计会补充自采产品，趋同南极人产品升级的理念。

5、公司是否布局微信小店？

回复：

南极人、百家好、卡帝乐鳄鱼品牌目前已布局阿里、京东、抖音、微信视频号等渠道。未来公司根据平台的发展情况持续跟进布局，持续加强渠道开拓，积极触达消费者需求。

6、公司将如何实现健康的生态环境？

回复：

	<p>首先，公司坚定用户至上的理念，消费者为品牌投票。公司以消费者需求为起点，以满足消费者美好生活为初心，持续满足消费者对产品和情绪的需求，让消费者获得轻松、愉悦的消费体验。</p> <p>同时，公司秉持客户友好的合作理念，建立了良好的客户合作机制，供应链加强审核与保护机制，对供应链实施“一款一审”及“谁开发、谁拥有”的机制，鼓励供应链开发好商品，做出好品质，鼓励商品变得丰富；对经销端的店群持续进行实控人管理机制，规模合理、阶段汰换，整体的规划是少量的客户+多的店铺+海量的商品，给到客户长期的安全感。同时，公司在管理过程中对负面清单情况持零容忍的态度，持续打造健康、向上、大而不卷的生态环境。</p> <p>公司坚持用户至上、客户友好、员工分享理念。南极人品牌以“温暖有约，科技生活”的理念，围绕“舒适、好看、故事、品质、功能、价格”持续为消费者提供具备极致综合价值的产品和轻松愉悦的消费体验。</p> <p>7、公司计划如何布局线下和海外？</p> <p>回复：</p> <p>线下布局方面，2024年12月-2025年6月预计会持续开展快闪店，持续对线下店型进行打磨，提升运营效率，成熟后进行复制与迭代。以美好社区的理念，整体上希望做到大店让消费者慕名而来，小店离用户更近。</p> <p>海外布局方面，公司跨境业务预计以北美市场为起点，目前在做前期的团队搭建与流程跑通，团队方面考虑更倾向于招募具备成熟经验的海外人士，还需要一段时间。</p>
附件清单（如有）	
日期	2025-1-3