

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：2026-001

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容） <u>  电话会议  </u>
参与单位名称及人员	中信证券、国信证券、兴业证券、申万宏源证券、广发证券、南方基金、华宝基金、中欧基金、华安基金等 67 方接入电话会议
时间	2026 年 4 月 30 日
地点	公司会议室
形式	电话会议
接待人员姓名	董事长、总经理李一峰先生（代行董事会秘书） 财务总监陈敏女士
交流内容及具体问答记录	<p><b>一、公司介绍：</b></p> <p>2026 年一季度公司营业收入同比减少 6.14%，归属于上市公司股东的净利润减少 38.67%，主要受以下因素影响：1、小家电退出国补范围叠加全球经济不明朗，市场需求增长动力不足。奥维云网（AVC）全渠道推总数据显示，2026 年一季度国内厨房小家电零售额同比减少 1.6%，零售量同比减少超过 10%。2、地缘冲突导致原油价格上涨，并进一步导致主要原材料、能源、物流成本上涨。此外，为应对市场竞争，公司加大了销售费用投入，一季度公司销售费用为 218,099,457.64 元，同比增长 7.97%。3、一季度人民币对美元汇率波动产生汇兑损失，导致公司财务费用较去年同期有所增加，一季度</p>

公司财务费用为 8,802,296.75 元，同比大幅增长。4、受市场竞争加剧影响，控股公司广东罗曼智能科技有限公司营业收入较去年同期减少，同时毛利率也较同期有所下降。

## 二、问答环节

**问：公司一季度内外销业务的表现？**

答：公司国内业务下降幅度较小，整体保持相对稳定。海外业务呈现两位数下滑，其中海外代工业务是主要下滑来源，主要是去年部分大客户有较大订单，今年相关订单减少所致；海外品牌经销业务略有上升，跨境电商业务整体持平，无大幅波动。

**问：小家电退出国补政策对行业需求的影响程度有多大？公司会采取哪些措施应对？**

答：国补是影响行业的重要因素，政策推出时对整个行业有较大驱动。国补主要支持偏高单价产品，能稳定并推动价格上移，带动消费者购买高单价产品，小熊电器在国补政策中属于受益偏弱的品牌，国补对公司直接销售影响不大，但对行业的价格稳定、平台及品牌信心有较大支撑作用。

国补退出后，行业价格稳定性缺失，比价和价格竞争加剧，价格出现一定下移，存量市场下价格下移首先会影响收入，但收入影响幅度不大，对利润的冲击最为直接。同时各品牌陷入相对内卷的竞争，经营质量受到影响。

国补退出的负面影响具有时效性，属于阶段性影响，预计去年四季度至今年二季度会有影响，后续将逐步弱化，今年下半年行业有望逐步调整好转。

对于公司而言，短期会加大营销费用投入维持销售，长期将从三方面发力：一是优化品类结构，降低低价产品占比，布局高质价比、高毛利率产品，提升经营质量；二是优化费用投放转化率，精细化运

营销费用；三是根据不同平台属性做精细化挖潜，通过提升客单价、产品毛利率及营销效率实现更好的经营表现。

**问：公司在拓展新品类、新品牌、海外业务等领域有什么规划和展望？**

答：公司的拓展会围绕主赛道相关领域展开，会考虑通过资本市场并购的方式进行业务拓展。海外拓展是公司的主要方向之一，会重点关注能助力公司海外拓展、在渠道或相关品类具备资源优势的国外品牌，结合自身产品、渠道、品牌能力推进出海布局。国内方面，公司现有品类覆盖较广，但仍会考虑能与现有品类、品牌、渠道建设、营销能力形成互补的相关标的。

目前公司该拓展思路保持不变，一直在积极获取相关项目信息，但投资决策会保持谨慎，不会盲目推进，仅在出现合适标的时才会考虑落地。

**问：公司过去两年净利率季度间波动较大的原因是什么？**

答：过去净利率波动较大主要有两方面原因：第一是与公司价值链结构相关，公司制造布局较重，具备自有工厂和零部件加工能力，规模上涨时制造端会体现为优势，但规模下降时，制造端的固定成本分摊会形成负担，导致利润降幅扩大；公司直营比例较高、经销商占比较低，前端销售收入、原材料价格的波动没有缓冲空间，会直接体现在利润端。

第二是和电商行业环境相关，公司国内线上销售占比较高，近年电商流量红利见顶，平台竞争格局变化动荡，相关变动会快速传导至公司经营端。

**问：公司海外业务的后续发展打法以及全年展望？**

答：公司海外业务分为三块：第一块是代工业务，包含小熊的部

分代工业务以及罗曼的主要代工业务，目前代工业务整体波动性较大，公司已意识到该问题，后续会加强管理重视，尽可能规避大幅度波动。

第二块是品牌出海业务，目前发展相对稳定、具备沉淀性和持续性，公司自身可控性较高，当前规模尚不大，但属于公司接下来重点推动发展的业务方向。

第三块是跨境电商业务，目前处于投入和探索期，公司从去年开始对该板块的投入力度较此前明显加大，现阶段暂未形成明显营收贡献。

**问：公司分品类的表现情况？**

答：公司目前收入以厨房小家电为核心，厨房小家电是最主要的收入和利润来源，2025年厨房小家电收入占比为64.63%，该业务的定位是作为公司经营的稳定器，策略为保利润，支撑整体经营稳定性。

个护品类在收购罗曼后收入占比大幅提升；母婴、厨房相关非带电家居用品等新兴品类的收入占比也在持续上涨，但目前增速和规模尚未达到公司预期，且新业务由于规模尚小，分摊的各项投入较高，盈利能力相对较弱。

未来公司的整体业务策略不会发生变化，2026年仍将维持厨房小家电作为利润支撑、其他新业务优先扩大规模的策略，短期对新业务的利润诉求会有所降低，希望通过新业务的快速增长支撑整体规模扩张。

**问：公司母婴小家电的拓展进度及发展展望？**

答：母婴品类用户群体与小熊核心用户高度吻合，初期拓展较为顺利，曾为公司带来一定业务增长。

当前增速放缓主要受行业性因素影响：国内母婴电器赛道高速增长长期已过，叠加中国出生人口大幅下降，整体市场规模已进入稳定阶

	<p>段，去年该品类增速未达预期，2026 年一季度也出现了下滑。</p> <p>目前公司针对该品类的策略已转向产品力的升级与创新，相关动作尚在推进中，暂未明显见效。同时公司后续将重点拓展海外母婴市场，未来海外将成为驱动母婴品类增长的重要路径，相关拓展投入正在进行，回报情况尚待后续业务落地验证。</p> <p><b>问：公司在刚需品类上的发展规划？</b></p> <p>答：当前外部环境下刚需品类需求相对更稳定，公司明确将补足刚需品类短板作为战略方向，正在加大力度在刚需品类上寻求突破，当前布局的品类包括电饭煲、电蒸锅、饮水类产品等。</p> <p>公司不会采取简单的正面竞争策略，而是会结合自身品牌、人群优势切入细分品类，比如在电饭煲品类侧重布局小容量段产品，目前该方向已经取得一定收效，后续还会进一步挖掘更多细分切入点，逐步扩大刚需品类的布局范围。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>无</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	<p>无</p>