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：2016-002

|  |  |
| --- | --- |
| 投资者关系活动类别 | □特定对象调研 □分析师会议  □媒体采访 □业绩说明会  □新闻发布会 □路演活动  √现场参观  □其他 （请文字说明其他活动内容） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 详见附件2、调研人员信息表（共109名） |
| 时间 | 2016年9月23日 14:00-16:00 |
| 地点 | 上海市黄浦区西藏中路555号 |
| 上市公司接待人员姓名 | 南极电商  董事长兼总经理 张玉祥  董秘兼副总经理 刘楠楠  董事兼副总经理 沈晨熹  时间互联  董事长兼总经理 刘睿 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 针对收购时间互联及上市公司运营情况答疑、交流 |
| 附件清单（如有） | 附件1、接待日活动会议纪要；  附件2、调研人员信息表。 |
| 日期 | 2016.9.23 |

**附件1**

**南极电商股份有限公司**

**2016年9月23日投资者接待日活动会议纪要**

主持人：董事会秘书刘楠楠女士

一、时间互联董事长兼总经理刘睿介绍时间互联情况

近年来移动互联网营销行业飞速发展。在PC端时代流量相对来说较为集中，比如百度收购好123后更容易聚合搜索流量，但随着移动端设备的普及，每个移动设备的使用者都成为流量来源，碎片化趋势渐渐增强。时间互联正是能够整合、运营碎片化流量的公司。腾讯、百度、阿里等都做过移动碎片化流量整合，但目前来讲，做的规模都不大。我们判断流量的整合与应用、移动互联网广告营销是数字营销领域未来发展的主要方向，流量整合运营公司将有很大的发展空间。

通过我们的资源优势、运营团队及技术系统，公司能够很好地提升碎片化流量运用效率，提升客户黏度。

衡量移动互联网营销公司强弱的标准之一是其服务大客户的能力。移动互联的优势之一是运营团队出身于移动互联网开发，我们曾经做过较为有名的，所以在移动互联网行业内有较好的口碑和资源。

二、交流内容

１、不同移动互联网营销公司之间的优劣如何判断？

衡量移动互联网营销公司强弱的标准之一是其服务大客户的能力。移动互联的优势之一是运营团队出身于移动互联网开发，我们曾经做过较为有名的，所以在移动互联网行业内有较好的口碑和资源。

2、南极电商将如何建设卡帝乐鳄鱼品牌？

我们从以下几个方面去做好卡帝乐鳄鱼的品牌建设。一是我们在产品定位和形象上做创新，聘请了韩国设计师对品牌定位、品牌系列及设计形象进行了规划，维持并提升卡帝乐鳄鱼的品牌形象；二是以公司的品牌运维优势做好卡帝乐鳄鱼的调性及精细化管理；三是拓展电商平台销售渠道；四是循序渐进建设卡帝乐鳄鱼品牌家族，包括卡帝乐鳄鱼、卡帝乐运动、卡帝乐休闲时尚等。

3、如何看待一些传统的电商公司向前端帮助获取流量、向后端介入供应链等产业延伸的趋势？如何看待移动互联和南极电商的协同作用？

DSP已经是比较成熟的技术，但只是一种工具，需要通过技术的分析和经验的积累使DSP更具使用价值，将碎片化流量进行整合和运营，所以产业链的前后延伸需要有配套资源的支撑才能扎实和长远。

与南极电商的协同作用主要体现在品牌推广、流量挖掘与大数据应用。时间互联具备媒体资源渠道、流量运营能力及技术开发与应用能力，能够较好地提升品牌推广效率。目前移动互联网广告还停留在帮助大的平台吸引流量的阶段，品牌商兴起的移动互联网广告未来会有巨大的市场，将来移动互联和南极电商在这一方面将有充分的合作。我们最近在和一些微博微信的红人谈合作，这也是未来的合作方向。通过时间互联的平台未来可以实现商业数据和部分社交数据的交互，简言之，短期和移动互联是点对点的合作，未来希望是生态的合作。

4、工具类业务是否不完全以营利为目的，而是更好地为公司的主营业务服务？公司线下渠道的规划如何？

工具类业务最终是以营利为目的，公司内部每个单位都要有盈利目标，工具类产品是围绕产品的开始到结束，全方位、全过程，最终目的是增强公司的核心竞争力。

目前公司的业务发展方向以线上为主，不排除未来建设线下品牌体验店、生活馆的可能性。

5、中报收入是1.59个亿，应收账款增加了1.34亿，为什么应收帐款增加较多？小贷公司的业务及应收情况如何？

应收账款有一定的历史原因，公司也高度关注应收帐款的管理，从应收帐款内控、供应商信用管理、事业部负责人绩效考核等多方面齐抓应收帐款问题，相信将有较大改观。

小袋的业务流程控制非常严格，目前没有坏账，且有稳定盈利。

6、时间互联的6800万利润中多少是买流量的模式，多少是整理碎片流量的卖流量模式？我们做移动营销的优势？碎片化流量会不会价格越来越高，导致我们毛利下降？

约40%来自于碎片化流量。其实我们主观上并不特意区分这两种流量，主要是以客户的流量需求为准，本质上两种流量是结合在一起的。

我们的优势是介入行业时间较早，积累了丰富的资源；具备优秀的创始人及运营团队，并且持续做技术迭代。我们能够帮助客户更好地实现营销推广。

预计毛利不会下降，因为碎片化流量的趋势越来越分散，获取碎片化流量的方法和技术壁垒也越高。

7、Pony项目的规划如何？园区的现状如何，未来商业化的商业模式定位？

关于pony项目，首先是大力发展自媒体渠道，扩大品牌影响。其次是Pony Collection品牌的发展。我们将循序渐进探索运营头部IP、生活方式的商业模式。

园区目前在稳定维护，尤其是数据信息系统，因为既要定制又要有共性，预计近期新的系统版本会正式上线。我们今年在园区建设方面能达到大家的预期，但可能不会有大的突破。

8、人才战略是怎样的？

我们的人才构成一是内部培养，二是外部合作与引进。不擅长的事情我们更倾向于合作和引进。

9、品类的扩充方向是什么，单一品类的天花板在哪里？

我们实行多品牌战略，每个品牌承载的价值、定位会有所不同，我们品牌主要分为三类，一是LOGO品牌，如南极人，卡帝乐鳄鱼等，三是IP品牌，三是CP品牌。

其实过剩的地方通常有丰厚的价值可以挖掘，品类的扩充本质是南极人成熟品类成功经验的复制。

10、南极人品牌有多种产品，如何进行品质管控？

我们有严格的质控体系，在授权前会验厂、实地考察，授权后我们质控团队会不定期抽查，包括实地抽查及线上购买抽查，如有质量问题则根据生产／销售授权合同进行相应处罚。

我们计划综合产品质量、产品的包装、店铺装修、客户评价等多因素对供应商及经销商进行考核，在保证产品品质的基础上提升服务，提高顾客粘性。

11、未来10~20年是否有战略目标？

我们希望做一家150年的企业，要建立一个资源生态圈，做一家员工骄傲、社会尊重的企业。

**附件2**

**调研人员信息表**

| 序号 | **公司** | **姓名** | 序号 | **公司** | **姓名** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 光大保德信基金 | 崔书田 | 56 | 东吴证券 | 张娴静 |
| 2 | 深圳鸿庆华强资本控 | 刘庆 | 57 | 中泰证券 | 傅鑫 |
| 3 | 巨杉资产 | 李智 | 58 | 中国平安 | 梁佩思 |
| 4 | 银华基金 | 孙钊 | 59 | 德邦证券 | 李思君 |
| 5 | 沃龙港资产 | 刘金磊 | 60 | 上海晟盟资产 | 薛和斌 |
| 6 | 招商证券 | 王孜 | 61 | 信诚基金 | 张光成 |
| 7 | 物产资本 | 张晓晓 | 62 | 广发证券 | 叶群 |
| 8 | 华夏基金 | 陈伟彦 | 63 | 盛酬资产 | 段袁涛 |
| 9 | 彤源投资 | 左艾眉 | 64 | 盛酬资产 | 林灿 |
| 10 | 青沣资产 | 曾郁文 | 65 | 银华基金 | 周燕 |
| 11 | 上海和熙 | 刘力 | 66 | 广发证券 | 洪涛 |
| 12 | 未来资产 | 唐皆丰 | 67 | 财通基金 | 李妹萱 |
| 13 | 国联证券 | 朱乐婷 | 68 | 中国平安 | 许学源 |
| 14 | 光大证券 | 李婕 | 69 | 任行投资 | 马青业 |
| 15 | 国信证券 | 郭陈杰 | 70 | 合正投资 | 张琦 |
| 16 | 西南证券 | 徐稚涵 | 71 | 东方证券 | 施红梅 |
| 17 | 银领资本 | 洪莉莉 | 72 | 汇海证券 | 罗萍 |
| 18 | 鼎锋资产 | 田江 | 73 | 上投摩根 | 李法辉 |
| 19 | 兴业证券 | 刘嘉仁 | 74 | 旭为投资 | 邵岚 |
| 20 | 海富通基金 | 郭湛 | 75 | 太平资产 | 刘晟 |
| 21 | 光大控股 | 石晨光 | 76 | 彬元资本 | 沈晔 |
| 22 | 富国基金 | 吴江 | 77 | 兴业证券 | 安一夫 |
| 23 | 海富通 | 刘强 | 78 | 华夏基金 | 梁理 |
| 24 | 国海富兰克林基金 | 杨富麟 | 79 | 长江证券 | 李俐璇 |
| 25 | 申万菱信基金 | 季新星 | 80 | 财通基金 | 童若凡 |
| 26 | 太平资产 | 赵锋 | 81 | 华安基金 | 王青雷 |
| 27 | 爱建证券 | 章孝林 | 82 | 九泰基金 | 李永兴 |
| 28 | 光大证券 | 罗晓婷 | 83 | 西部证券 | 吕业青 |
| 29 | 木锋投资 | 沈亮亮 | 84 | 银沙证券 | 徐钢 |
| 30 | 汇添富基金 | 蔡志文 | 85 | 太平资产 | 赵峰 |
| 31 | 鸿嘉基金 | 魏维楠 | 86 | 海棠投资 | 叶晓瑜 |
| 32 | 中国平安 | 林娟 | 87 | 博道投资 | 王晓莹 |
| 33 | 富安达基金 | 王凯 | 88 | 华安基金 | 陈媛 |
| 34 | 泉上投资 | 陈宇翔 | 89 | 人保资产 | 张海波 |
| 35 | 中信证券 | 刘娜 | 90 | 中海基金 | 马冲 |
| 36 | 中信建投证券 | 丰毅 | 91 | 华安兴业基金 | 闫旭 |
| 37 | 建信养老金管理 | 李重阳 | 92 | 中投证券 | 马思乐 |
| 38 | 同安投资 | 万意 | 93 | 北京源乐晟资产 | 吴龙霖 |
| 39 | 长城证券 | 黄淑妍 | 94 | 中融信托 | 张露 |
| 40 | 中泰证券 | 顾盛 | 95 | 海通证券 | 王汉超 |
| 41 | 国联安基金 | 郑青 | 96 | 尚雅投资 | 陈欣 |
| 42 | 国联安基金 | 王剑 | 97 | 东吴证券 | 李昊玥 |
| 43 | 银河证券 | 林骥川 | 98 | 富国基金 | 魏伟 |
| 44 | 太平基金 | 周稳 | 99 | 圆信永丰基金 | 徐颖婷 |
| 45 | 阿杏投资 | 洪喆 | 100 | 诺安基金 | 李嘉 |
| 46 | 正京投资 | 徐文广 | 101 | 银华基金 | 黎晓晖 |
| 47 | 东北证券 | 吴江涛 | 102 | 东方证券 | 张维益 |
| 48 | 兴业基金 | 应晋帅 | 103 | 尚雅投资 | 王波 |
| 49 | 国泰君安 | 吕明 | 104 | 平安资产 | 郭鹏 |
| 50 | 东方资本 | 闫秀军 | 105 | 平安资产 | 易杰 |
| 51 | 国泰君安 | 郭彬 | 106 | 中信证券 | 黄青 |
| 52 | 天治基金 | 梁莉 | 107 | 华夏基金 | 梁理 |
| 53 | 申万宏源证券 | 王一博 | 108 | 华福基金 | 林德涵 |
| 54 | 通用技术 | 朱玉 | 109 | 宏流投资 | 杨光睿 |
| 55 | 太平资产 | 高涛 |  |  |  |