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：2018-001

|  |  |
| --- | --- |
| 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 （ ） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 详见附件2：调研人员信息表 |
| 时间 | 2018年5月11日 15:00-17:00 |
| 地点 | 上海市黄埔区南京东路719号，上海南新雅大酒店宴会厅5楼A厅 |
| 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 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 2017年年报、2018年一季报交流 |
| 附件清单（如有） | 附件1、投资者接待日活动会议纪要；附件2、调研人员信息表。 |
| 日期 | 2018.5.11 |

**附件1**

**南极电商股份有限公司**

 **2018年5月11日投资者接待日活动会议纪要**

公司参会人员：

董事长&总经理 张玉祥 董事&副总 沈晨熹

董事会秘书&副总 刘楠楠

调研人员：详见附件2

主持人：董事会秘书&副总 刘楠楠

1. 公司在京东自营上的发展计划如何？

回复：

 尽量实现在京东自营的稳定或略有增长，不能保证高速增长。

1. 公司年报显示2017年末授权供应商800多家、授权经销商3400多家，从类目纬度和平台纬度，哪些类目、平台有增量？

回复：

内衣、家纺、男装、女装、童装等类目属于成熟期梯队，健康生活等属于成长期梯队；对于成熟类目，更偏重品类既有优势的稳固与提升，并纵向发展细分类目；对于成长期类目，更偏重市场开拓，横向拓宽类目范围和纵向挖掘细分类目同样重要。所以在2017年，各品类基本都有增量。

2017年公司授权品牌产品在拼多多平台上成长速度非常快，供应链资源也随之快速增加，但其他平台如阿里、京东等也有增量。

1. 公司对于卡帝乐线下授权业务有什么战略思路？

回复：

 线下和线上的标签不同。线下重体验，需要有特色、有服务、有场景，货单价要高；线上则需要规模化、标准品，且便宜。卡帝乐在公司收购以前线下渠道比线上渠道成熟，公司将保持其线下渠道，并结合卡帝乐的品牌特征重点发展男装、箱包皮具等产品类目，且尽量做到线下线上的产品差异化。目前，卡帝乐线下渠道授权给了实力较强的合作伙伴运营，公司也将在线下为合作伙伴提供更有效的供应链服务。

1. 怎么看待拼多多、京东拼购？

回复：

 阿里上更多是搜索流量，而拼多多、京东拼购本质上是展现推送流量，不论在何种平台上，能让消费者信赖的品牌才可以让公司走的更远，因此，公司将持续扩展供应链资源体系，持续做产品的迭代和升级，争取在拼多多等平台实现更高的日活。

 新零售主要有三个特征，一是实现以数据和工具为中心的效率提升，二是体现消费升级，三是消费由低频到高频。公司将在电商渠道坚持新快消品策略，把握新零售的商业本质。

1. 公司为授权合作伙伴做了哪些赋能？公司有哪些核心竞争力？

回复：

 公司为收授权合作伙伴提供资源推介、质量管控、研发设计、流量管理、数据分析与应用等电商服务，在提供电商服务的过程中，公司对合作伙伴授之以渔，让其理解电商公司的护城河概括来讲就是时间和规模，因时间和规模交互而积累的品牌影响、流量优势、电商运营经验、人才队伍等都是公司的核心竞争优势。体现在数据上就是授权产品的终端销售额（GMV）和支付转化率的比较优势。

1. 公司在组织架构和人力资源规划如何？

回复；

公司的组织架构可以说一定程度上实现了柔性管理。一方面，业务部门可以根据品类调整、人员调动而迅速适应；另一方面，职能部门与业务的衔接更加顺畅、无缝。

员工数量会随着公司业务发展情况、经营管理需要和管理水平而有所变化，总体上讲员工数量会适度增加，并且会围绕着核心人才梯队来建设、培养更多的中坚力量。

1. 现在渠道品牌化逐渐成为一种趋势，如网易严选等，这种模式下，供应商资源是成功与否的关键要素。公司在供应商资源方面有何规划？

回复：

经过多年积累，随着品牌的规模效应增强、电商渠道经验逐渐丰富、电商服务有效性持续提升，供应链资源即授权合作伙伴与公司更多是利益共同体、命运共同体，而非简单的授权与被授权，目前公司的授权供应商、授权经销商的数量分别达800余家、3400余家，在供应链资源的布局上公司具有相当的优势，有一些供应商是伴随着公司的成长而壮大，有一些则是开始合作时就是行业中的佼佼者。未来，公司将持续关注授权供应商资源的数量与质量，为品牌产品的持续生命力提供坚实保障。

1. 公司曾遇到过什么挑战和问题？品类的扩张会不会有边界？

回复：

其实每天都有挑战，但公司每天都在成长，因为公司的基因就是成长与变革。

对于授权合作伙伴来说，我们是服务品牌，但对消费者来说，我们是消费者品牌。公司的授权产品原则上以高性价比、新快消品为中心，所以基本会呈现稳健或者较为高速的增长趋势。所以持续的挑战就是如何在公司的服务与帮助下，合作伙伴能够持续提供消费者喜欢的高性价比的新快消品，保持品牌的持续生命力。

 我们常常讲，所有员工都是公司的合伙人，我们的愿景是让天下没有难做的电商，我们的使命是帮助中国千万优质供应链持续成功，分享机制加愿景、使命，相信我们遇到的问题也都会转化为机遇。

1. 今年公司授权品牌产品的GMV增长情况如何？在管理上如何继续精细化？

回复：

2018年一季度，公司授权品牌产品的可统计GMV达33.69亿(包含可统计的电商渠道及电视购物渠道)，同比增加77.02%。从品牌纬度，南极人品牌、卡帝乐品牌实现的GMV分别为28.84 亿元、4.04亿元；从平台纬度，在阿里、京东、拼多多实现的GMV分别为24.08亿元、6.10亿元、2.65亿元。可以参见公司披露的2018年一季度报告。

公司在组织架构的科学管理、合理管理上有颇多成就，如构建柔性组织、职能部门业务化、管理标签精细化等。尤其在精细化管理上，在业务层面，公司有数据管理部、商标管理部、质控部等等，对业务层面的该项数据指标进行实施把控、分析和改进。在职能层面，财务部门、人事、法务等部门基本实现了组织重塑，能够对经营管理的各项指标进行实时的把控与分析，完善信息管理系统，及时结合业务发展情况、上市公司规范治理需求进行顺畅沟通与共创。公司将在精细化管理上继续挖掘，建设更完善的数据、信息、绩效等有机统一的管理体系。

10、时间互联发展情况如何？

回复：

时间互联近年发展较为迅速，一是移动互联网营销行业正方兴未艾，在电商移动端化的大趋势下正是红利期。二是时间互联本身的综合竞争实力也在持续提升。在2017年，时间互联取得了多家流量媒体方的核心代理资格，被腾讯应用宝媒体评为年度“卓越合作伙伴”，并被小米授予“年度最佳服务能力奖”。今年截至目前时间互联的发展情况符合公司预期。

附件2：

**调研人员信息表**

| **序号** | **公司** | **姓名** | **序号** | **公司** | **姓名** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 天风证券 | 郭彬 | 60 | 睿柏资本 | 劳逸华 |
| 2 | 中泰证券 | 龙凌波 | 61 | 睿柏资本 | 朱虹旭 |
| 3 | 达蓬资产 | 王书亮 | 62 | 中泰证券 | 朱黎杰 |
| 4 | 中信资管 | 王凝 | 63 | 交银施罗德 | 陈均峰 |
| 5 | 富国基金 | 吴江 | 64 | 中信证券 | 杜婵媛 |
| 6 | 牧毅资产 | 乔斌 | 65 | 国联安基金 | 潘明 |
| 7 | 浙商证券 | 王作州  | 66 | 东吴证券 | 张娴静 |
| 8 | 广发证券 | 高峰 | 67 | APS | 沈文杰 |
| 9 | 海通证券 | 盛开 | 68 | 海之帆投资 | 杨帆 |
| 10 | 上海希瓦资产 | 肖康 | 69 | 瑞锐投资管理 | 韩依瑾 |
| 11 | 国海富兰克林基金 | 杨富麟 | 70 | 光大证券自营 | 苏晓珺 |
| 12 | 华金证券 | 王冯 | 71 | 重阳投资管理 | 钱新华 |
| 13 | 国投瑞银 | 张旭欣 | 72 | 太平资产 | 曹燕萍 |
| 14 | 海富通基金 | 金晓鸣 | 73 | 鑫富越资产 | 陈肃霜 |
| 15 | EASBROOK INVESTMENT MANAGEMENT CO., LTD | 周炜炜 | 74 | 华泰证券 | 张琪 |
| 16 | 永望资产 | 周小峰 | 75 | 玖鹏资产 | 王珺杰 |
| 17 | 万家基金 | 丁玉杰 | 76 | 鼎峰资产 | 张高 |
| 18 | 鼎锋资产 | 田江 | 77 | 华创证券 | 桑梓 |
| 19 | 鼎峰资产 | 田超 | 78 | 上海淳富投资 | 陈泉纬 |
| 20 | 人保资产 | 刘洋 | 79 | 富善投资 | 范习辉 |
| 21 | 中国人保资产 | 奚晨弗 | 80 | 嘉实基金 | 华莎 |
| 22 | 上海综艺控股 | 周远游 | 81 | 中国人保资产 | 田垒 |
| 23 | 红象资产 | 郑文彬 | 82 | 新时代证券 | 司马湫 |
| 24 | 国金证券 | 吴劲草 | 83 | 玖鹏资产 | 窦金虎 |
| 25 | 红象投资 | 李冠宇 | 84 | 云毅投资 | 余帆 |
| 26 | 海通证券 | 梁希 | 85 | 华泰证券 | 丁浙川 |
| 27 | 典茂资产 | 董阳 | 86 | 华泰证券 | 汤培青 |
| 28 | 长城证券 | 黄淑妍 | 87 | 长江资管 | 王晓明 |
| 29 | 太平洋保险 | 吴晓丹 | 88 | 鼎锋资产 | 张海峰 |
| 30 | 上海合撰资产 | 肖珮菁 | 89 | 财通资管 | 林伟 |
| 31 | 上海南土投资 | 杜凡 | 90 | 海通证券 | 刘勇 |
| 32 | 中信证券 | 唐思思 | 91 | 国海证券 | 尹洵 |
| 33 | 汇添富 | 李威 | 92 | 海通证券 | 张霁 |
| 34 | 上海岳海资产 | 方俊 | 93 | 上海乘是资产 | 彭金明 |
| 35 | 上海共闯投资 | 沈洪敏 | 94 | 海通证券 | 田园 |
| 36 | 新泉投资 | 李一鸣 | 95 | 中融基金 | 金拓 |
| 37 | 玖鹏资产 | 郭鹏飞 | 96 | 凯石基金 | 唐岑 |
| 38 | 申万菱信基金 | 胡睿喆 | 97 | 林孚资产 | 朱凯 |
| **序号** | **公司** | **姓名** | **序号** | **公司** | **姓名** |
| 39 | 光大证券 | 汲肖飞 | 98 | 中信证券 | 朱话笙 |
| 40 | 安信证券 | 骆恺骐 | 99 | 朱雀投资 | 王少勃 |
| 41 | 安信证券 | 何家炀 | 100 | 东吴证券 | 詹陆雨 |
| 42 | 上海济海投资 | 丛金宇 | 101 | 东吴证券 | 林骥川 |
| 43 | 基明资本 | 王婧 | 102 | 昊青资产 | 张昊 |
| 44 | 基明资本 | 韩枭 | 103 | 万家基金 | 王健 |
| 45 | 华创证券 | 陈旭 | 104 | 常春藤资产 | 张双羽 |
| 46 | 申万菱信基金 | 卢扬 | 105 | 国盛证券 | 刘畅 |
| 47 | 申万菱信基金 | 满臻 | 106 | 中信建投 | 史琨 |
| 48 | 招商证券 | 刘丽 | 107 | 巨杉资产 | 范自彬 |
| 49 | 易鑫安资管 | 李昀奥 | 108 | 核子资本 | 刘文生 |
| 50 | 上海盘京投资 | 董常晨子 | 109 | 鼎锋资产 | 王小刚 |
| 51 | 民森投资 | 刘倩 | 110 | 富国基金 | 易智泉 |
| 52 | 红塔证券 | 王利洲 | 111 | 和桂投资 | 钮文翀 |
| 53 | 华安基金 | 陈媛 | 112 | 长信基金 | 黄韵 |
| 54 | 华安基金 | 王祺 | 113 | 泰旸资产 | 彭飞 |
| 55 | 圆信永丰基金 | 徐颖婷 | 114 | 财通基金 | 王宇颖 |
| 56 | 中信建投证券 | 翁起帆 | 115 | 交银 | 余李平 |
| 57 | 国海证券 | 王友红 | 116 | 中信证券 | 周羽 |
| 58 | 上海希瓦资产 | 洪俊骅 | 117 | 诺安基金 | 王晴 |
| 59 | 国元证券 | 刘慧蓉 | 118 | 雷钧资产 | 李武跃 |