

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：2025-010

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐媒体采访 ☐新闻发布会 ☐现场参观 ☐其他： ☐分析师会议 ☐业绩说明会 ☒路演活动 ☒电话会议
参与单位名称及人员姓名	浙商证券、广发证券、东吴证券、贝莱德、中欧基金、银河基金、华夏基金、中银基金、申万菱信、鹏扬基金、鹏华基金、汇安基金、中邮创业、平安资产、甬证资管、国寿资产、新华资产、国泰人寿、磐泽资本、彤源投资、涌乐投资、翀云投资、理成资产、正圆投资、宽潭资本、盘京投资、大家资产等
时间	2025 年 5 月 7 日至 2025 年 5 月 9 日
地点	券商策略会现场、电话会议、基金公司会议室
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	（一） 公司 2024 年度及 2025 年一季度的经营情况如何？ 答复： 公司 2024 年度营业收入总计完成 33.58 亿元，同比 2023 年增长 6.66 亿元，增幅为 24.75%。2024 年度公司收入稳步增长，毛利率水平相对稳定。但是短期的品牌建设和营销投入以及商誉减值导致了报表利润的亏损。 公司 2025 年一季度公司营业收入总计完成 7.29 亿元，同比增长 2.03%。分业务来看，时间互联实现营业收入 6.29 亿元，公司本部实现营业收入 1.01 亿元，本部业务较去年同比增长约 20%。但由于短

	期营销费用影响因素仍然存在，因此公司 25 年一季度净利润依然亏损。随着业务发展及营销费用因素影响逐步减轻，后续公司业绩将呈现持续向好趋势。 （二）南极人品牌经过结构调整后，预计后续 GMV 会如何表现？南极人轻奢系列产品占比情况？ 答复： 南极人品牌后续将进入高质量恢复的模式，主要体现在： 1、高质量爆品的恢复：南极人新品在包装、商标及质量方面均获得了消费者良好的反馈，公司的产品体验感在逐步变好。 2、高质量店铺的恢复：截至到 4 月，南极人线上的店铺数量近 1000 家，其中 400 家为 2025 年新开，年底预计恢复到 2000 家左右。基于南极人的全品类优势，在天猫平台年内计划打造 3 家多品类的超级头部大店。 3、高质量合作伙伴的恢复：截至到 4 月，在经销伙伴中，合作规模过亿的合作伙伴已有 6 个，规模在 5000 万元到 1 亿元的合作伙伴也已超六个，大客户合作策略将持续发力。 公司 2025 年上新的产品均为轻奢新品，包含自采商品和加盟商品，目前自采商品主要有速干衣、内裤、袜子，保暖等；加盟商产品非常丰富，整体有超 2600 个 SKU，持续在上新。针对核心品类，公司会根据不同季节、渠道特点等，对具体商品做进一步的主推策略。从 GMV 情况来看，2025 年度较 2024 年将保持高质量的增长。 （三）百家好品牌目前经营情况如何？百家好品牌在选品和营销上是不是有更好的举措？公司今年的品类扩展计划如何？ 答复： 目前百家好整体 GMV 的增长仍然保持 30%左右，阿里平台占比在不断提升，并仍将保持较好的增长态势。其在抖音和天猫的占比分别约为 40%和 35%左右。目前百家好的裤装品类实现了部分商品“小爆款”向“大爆款”的销售趋势。同时，公司在淘系平台也开始布局
--	---

	家纺及内穿品类，这将成为未来百家好后续发展的方向之一。 百家好品牌的成功主要源于两方面，一是大客户策略及审款保护机制，二是对于渠道间协同策略的布局。百家好品牌合作理念是“谁开发、谁拥有”，持续上新、打造爆款，既满足消费者的时尚个性化需求，也保护了合作伙伴专款专利。 品类的拓展主要结合供应链+招商买手两方面来看，供应链方面主要解决工艺版型的问题，基于历史上成功品类经验，赋能到我们想要拓展的品类，如家居服等。招商买手方面来看，我们需要对整体行业趋势有所研判，有选择性的对品类进行延展。 （四）卡帝乐鳄鱼的经营情况？公司目前供应链的发展情况？ 答复： 卡帝乐鳄鱼鞋配箱包品类目前运营比较稳健。一季度卡帝乐鳄鱼男装女装两大业务线仍处于战略性收缩状态，后续也将在产品质量、供应商以及经销商等方面进行调整与重塑，待后续调整完毕会将重新进行产品上链。 公司目前供应链阶段性调整处于较好状态，整体运营效率非常高。南极人引入专业商品团队后对工厂具有较强赋能。目前行业内供应链产品供给均处于成熟阶段，更重要的是匹配到在价值观念与公司一致、在供应链生产上寻求改革提升的合作伙伴，基于双方达成一致价值观念的前提下，最终才能提供令消费者满意的产品。 （五）公司对于线下门店的规划及门店货盘的情况如何？ 目前南极人仲盛快闪店已经开业，后续环球港将会开设首家固定店铺，此外公司也在积极与上海及上海周边地区的零售业态进行广泛积极的洽谈，同步探索开立满足多品类、可社交、提供生活方式的大型综合店。线下门店除自采货品外，公司会通过买手逻辑挑选部分加盟商产品进行销售，此外，线下门店还会有线下渠道特供产品，如瑜伽裤等。 （六）时间互联的经营情况如何？
--	---

	答复： 时间互联去年净利润已于 2024 年年度报告中分部报告披露，金额为 3,335.74 万元。 从客户行业分布来看，公司主要深耕电商、社交平台及 AI 领域广告。海外广告业务主要聚焦游戏、工具等行业类目广告。从提升经营质量方面来看，首先时间互联将持续选择更长期的合作伙伴进行业务开拓，把行业赛道做精做细。其次，公司将持续推进降本增效，提升内部智能化的管理以及对 AI 的应用，提高公司内部人员效率及对技术端的投入。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 5 月 9 日