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：2026-005

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）　电话会议
参与单位名称及人员	国联民生证券、中信证券、国信证券、申万宏源证券、广发证券、南方基金、长信基金、华安基金、富国基金、光大保德信基金等 155 方接入电话会议
时间	2026 年 10 月 27 日
地点	公司会议室
形式	电话会议
接待人员姓名	董事会秘书 杨勇 先生 证券事务代表 郑文韬 先生 IR 吴泽旗 先生
交流内容及具体问答记录	**一、公司介绍：** 行业层面，2026 年以来国内小家电行业终端市场需求相对平淡，全品类短期内均面临增长压力，行业处于存量竞争阶段。同时前期国补透支了部分升级换新需求，内需相对承压。 公司层面，厨房小家电作为公司核心基本盘，整体收入占比保持平稳，但短期各品类均面临一定增长压力。在当前市场环境下，公司依然坚持走价值经营路线。主动规避部分低价同质化内卷，持续优化产品结构和渠道结构。其中： 1. 产品端重点打磨母婴等场景化创新品类和高价值品类，稳步

	提升产品核心价值； 2. 渠道端持续深耕精细化运营，优化各个渠道投放结构和效率，缓解当前行业内卷和流量下滑带来的压力； 3. 出海有序推进，聚焦自主品牌的出海、跨境电商为核心方向的同时，兼顾代工模式协同发展。另外持续深耕和整合罗曼智能，并积极寻求新的投资机会。 **二、问答环节** **问：公司海外业务的发展情况如何？** 答：海外业务分为代工、自主品牌的出海、跨境电商三个板块，其中自主品牌出海和跨境电商是重点增长路径，代工作为业务补充承接海外代工制造需求。后续代工业务将主动优化筛选客户，推动订单结构向高价值方向调整，减少低毛利订单，保留优质稳定订单。 自主品牌出海由公司提供品牌，经销商统筹线下门店及本地线上渠道运营；目前越南市场发展良好，渠道运营上积累了一定实践经验，后续将结合不同国家的市场差异，参考其经验并推进拓展。 跨境电商作为公司出海重心之一，当前以亚马逊渠道为主，产品以小熊品牌厨房小家电为基础，逐步拓展母婴等新兴产品矩阵，目前母婴及新兴产品仍处于培育和前期营销阶段，盈利相对薄弱，长期目标为提升自主品牌占比、打磨新品并提升新品市占率。 **问：公司第三季度毛利率和客单价的变化情况及后续展望？** 答：毛利率方面，第三季度公司综合毛利率略有下降，其中小熊主品牌毛利率有所提升，主要由高价值产品占比提升贡献，罗曼毛利率受市场竞争加剧、订单结构等影响下滑幅度较大。 均价方面，三季度小熊主品牌呈现价增量减的态势。展望来看，当前消费趋势呈 K 型分化，高端、低端市场均有需求，而公司将持续推进产品结构升级，重点发展母婴及高价值、场景化产品，近期推出便携喂养台等母婴新品，同时优化投放效率与渠道结构、加快内部运

	营效率提升，以应对环境变化。 **问：罗曼智能的经营情况及后续展望？** 答：罗曼 2024-2025 年表现相对较好，2026 年受外部压力、汇兑波动、用工成本提升等因素影响，利润端阶段性承压，但收入端未受明显影响。后续盈利修复需依赖需求回暖，以及现阶段订单结构优化成效的释放。 **问：公司如何评估当前内需、外需环境及企业间竞争格局？** 答：当前家电行业处于存量竞争状态，换新动能相对薄弱，因此内需仍较承压。外需方面存在潜在机会，小熊当前海外体量较小、发展空间较大；但依靠自有品牌出海压力较大，公司也计划通过收并购方式打开第二增长曲线，目前已积极推进投资工作，但具体落地时间尚不确定。公司整体思路仍是先稳定以国内为主的基本盘，再寻找优质海外增量。 **问：公司外延并购和拓展的战略方向和进展如何？** 答：公司外延并购策略保持延续，主要围绕两个方向：一是补充品类，二是助力出海，整体秉持谨慎稳健推进。优先评估的标的聚焦家电、小家电方向，重点关注新兴赛道。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
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）	无