

证券代码： 301001

证券简称：凯淳股份

上海凯淳实业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-004

投资者关系活动类别	<div><input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研</div> <div><input type="checkbox"/> 分析师会议</div> <div><input type="checkbox"/> 媒体采访</div> <div><input type="checkbox"/> 业绩说明会</div> <div><input type="checkbox"/> 新闻发布会</div> <div><input type="checkbox"/> 路演活动</div> <div><input type="checkbox"/> 现场参观</div> <div><input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）</div>
参与单位名称及人员姓名	开源证券研究所 黄泽鹏、陈思； 太平养老 高瑜； 德邦证券 易丁依； 海通资管 刘牧忱。
时间	2025 年 1 月 16 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 钱燕女士
投资者关系活动主要内容介绍	<div>1. 代运营主要的合作模式和服务商有哪些？</div> <div>公司品牌线上运营服务（代运营业务）是指公司围绕品牌方线上店铺销售提供各类运营服务，包括视觉设计、店铺运营、仓储物流、营销策划、活动管理、客户服务等。公司目前所服务的品牌方以国外品牌为主，这些品牌在市场知名度、业务稳定性、回款能力以及获客成本等方面均展现出明显优势。品牌线上运营服务业务覆盖的行业丰富多样，包括但不限于美妆、日化、厨房家居、奢侈品、食品、母婴等多个领域。</div> <div>2. 品牌合作的年限如何，明年计划拓展多少？</div> <div>公司服务的行业广泛，头部品牌知名度高，品牌服务粘性好，服务期限长。持续不断的优质行业客户有助于公司保持良好的盈利质量以及较强的抗风险能力。公司与品牌方深度融合，在线上销售和客户关系管理的各个业务环节均与品牌方保持较高的合作深度，并积极参与到品牌方的线上渠道拓展、品牌升级等战略实施中。未来公司将通过持续的人才梯队建设和招募，加强信息技</div>

	<p>术投入，优化业务流程等方式，进一步增加对服务品牌的粘性与业务的拓展。</p> <p>3. 覆盖的平台以及各自占比是多少？在微信小店的布局？</p> <p>公司品牌线上运营服务主要依托于各电商平台开展，品牌线上运营服务中所提供的运营服务一般集中于线上店铺所在的特定平台。当下，随着新兴平台的崛起、原有电商平台流量规则的变化以及行业整体步入多元化，公司品牌线上运营服务范围实现了天猫、淘宝、京东外其他销售渠道的拓展，实现了对抖音、小红书、拼多多、微信等新兴渠道的覆盖，来自电商新平台的收入及收入占比有一定的提升，对单一电商平台的依赖程度降低。</p> <p>公司已为部分品牌在微信小程序提供代运营服务，微信电商的整体发展态势尚存不确定性。面对这样的市场状况，我们将保持敏锐的市场洞察力，及时关注行业的新发展趋势。同时，我们将积极调整业务策略，拓宽业务领域，以灵活应对市场变化，确保公司能够把握微信电商的未来发展机遇，持续推动业务向前发展。</p> <p>4. 参考之前传统货架电商运营的历程，公司认为微信小店可能哪些品类会率先崛起？</p> <p>微信电商依托微信庞大的用户基础及其独有的社交特性，加之微信小店推出的“送礼物”功能，有望改变消费者的购物习惯，为众多品牌和商家开辟崭新的销售路径与增长空间。我们倾向于优先考虑一些具有鲜明社交属性的品类，如休闲食品、饮料酒水、日用品、小家电以及美妆等。这些商品的特性与送礼场景高度契合，能够满足人们在社交互动中的礼品需求。这些商品不仅便于在微信的社交环境中分享与推广，更能借助微信的社交网络迅速传播，从而实现品牌价值的提升和销售业绩的增长。然而，微信电商的未来走向存在诸多不确定性，整体发展前景仍需进一步观察与评估。</p> <p>5. 是否有做自有品牌的打算？以及如何看待友商这个趋势？</p> <p>确实有不少代运营商开始尝试从单纯的运营服务转向更深层次的品牌管理，甚至直接参与到品牌的创建或收购中。这种转变背后的原因是多种多样的，比如市场需求的变化，价值链的延伸、盈利模式的多元化等等。公司对这一趋势持开放态度，公司将通过深入分析自身的优势和外部市场环境，保持战略的灵活性，并基于市场的变化和公司的发展需求，审慎调整战略方向，以确保公司能够灵活应对市场波动，抓住行业发展的机遇，实现长期稳健的成长。</p> <p>6. 微信小店收费结构是否有差异？</p> <p>电商平台的收费结构通常涵盖入驻费用、交易手续费、技术服务费等多个方面，以维持平台运营并激励商家成长。鉴于公司尚未涉足微信小店的代运营领域，我们对微信小店与其他电商平台在</p>
--	---

	<p>收费细节上的差异尚缺乏深入了解。在此情况下，公司秉持开放的心态，将持续关注并研究微信电商生态的最新发展动态。</p> <p>7. 公司今年的经营预期如何？明年重点拓展的方向？</p> <p>2024 年前三季度公司营业收入 2.97 亿，同比下降 33.93%，主要系业务结构调整所致，净利润为 467.7 万元，同比增长了 161.72%，主要系精细化管理及资源配置优化所致。公司未来致力于构建稳健而持久的发展路径，成为“能深耕，敢破局，懂持续”的品牌服务商。通过提供差异化服务、提升服务质量或开发独特的产品来增加服务的附加值，为品牌方提供一站式商业解决方案。</p> <p>8. AI 的应用情况？</p> <p>AI 语言类模型、生成类模型、情感类模型在电商行业发展迅猛，公司在关键业务领域已经广泛采用了 AI 技术，包括但不限于生成式文字内容、创意图片设计、编程辅助、AGENT 智能代理、数据处理等。这些应用场景具体体现为：提炼产品核心卖点、设计适用于多种场景的创意图像、运营商品 AI 赋能、KOL 精准营销系统、构建内部业务系统的问答 ChatBot、智能助手、智能客服服务等。这些系统和服务的主要目的是帮助品牌更好地理解市场动态、优化产品卖点、提高营销效率，以及精准触达目标受众。同时，这些智能化工具也为公司内部降本增效提供了坚实的支撑，通过自动化、个性化和智能化，提高运营效率，降低成本，提升客户满意度。</p> <p>未来，公司将继续关注 AI 技术的最新应用场景，并积极探索将 AI 技术与电商场景相结合，以提升公司的整体核心竞争力。同时，公司致力于不断提升自身的研发和技术开发能力，通过构建智能化和数字化的经营模式，运用云计算、大数据分析、人工智能等前沿技术，以提高经营效率和决策质量。公司将数智化的方法论与主营业务相结合，因地制宜地解决品牌面临的痛点问题，实现服务数量和质的双重提升。通过这些努力，公司旨在为客户提供更加个性化、高效的服务，同时优化内部管理流程，实现可持续发展。</p> <p>9. 公司如何看待未来的服务费率下降的趋势？</p> <p>在市场竞争愈发激烈、消费者行为不断演变和技术持续飞速进步的当下，品牌商与代运营商都在努力探寻更高效的合作模式，以达成双方共赢的目标。为了应对未来服务费率的变动趋势并拓展多元化的变现路径，公司着重关注几个关键领域以增强自身竞争力：一方面，引入先进的数据分析工具和技术，以此提升运营效率、优化成本结构，为服务费用的合理调整提供支持，推动服务费率向更合理的方向发展；另一方面，鉴于品牌对增值服务需求的持续攀升，公司积极为品牌提供市场调研、产品定位咨询、内容营销策略制定等一系列增值服务，这不仅为品牌开辟了新的增</p>
--	--

	<p>长路径，也为公司自身创造了新的盈利空间。同时，公司高度重视社交媒体和直播带货等新兴渠道，助力品牌拓宽市场边界，实现全渠道的运营销售，进而促进销量的稳步增长。此外，公司充分利用积累的数据资产，开展精细化运营管理，协助品牌制定更精准的战略规划和运营决策，并在此过程中挖掘新的商业机遇。</p> <p>面对商业环境的持续变化，公司始终致力于探索契合自身发展的商业模式与服务体系，通过与品牌的深度合作与共同成长，在充满挑战的市场环境中捕捉更多发展机遇。</p> <p>10. 如何看待微信小店对未来电商格局变化的影响？</p> <p>微信小店凭借微信庞大的用户基础和独特的社交属性，通过视频号、公众号、小程序、群聊等多维场景进行商品销售，巧妙地将商品交易融入社交网络，打造了一种“社交电商”的新模式。这种创新的服务模式无疑为电商市场注入了新的活力，也为市场带来了机遇与挑战。根据近期微信小店的一些公开数据，其渠道潜力也得到初步验证，这一领域对于公司而言确实蕴含商机与盈利潜力。但是，伴随着行业的快速发展，整体市场的发展态势仍存在诸多不确定性，这些不确定性无疑也给公司的业务拓展带来了不小的挑战和变数，请广大投资者理性投资，注意风险。</p> <p>11. 公司代运营业务的主要渠道及分布情况？以及变化趋势？</p> <p>当前，公司的品牌线上运营服务已实现了在天猫、淘宝、京东等主流电商平台之外的多元拓展，成功覆盖了抖音、小红书、拼多多、微信等新兴渠道。公司来自新电商平台的收入及占比有所提升，有效降低了对单一电商平台的依赖性。</p> <p>伴随电商行业的不断创新发展，公司致力于在品牌线上运营服务的各个业务环节与品牌方保持较高的合作深度，并积极参与到品牌方的线上渠道拓展、品牌升级等战略实施中，不断增加服务深度，进一步挖掘品牌的其他服务需求，坚持长期主义的理念以增加对服务品牌的粘性，实现存量市场的有效转化和拓展。</p> <p>12. 公司有没有向“潮玩”方向发展的计划？</p> <p>公司目前合作品牌覆盖包括美妆、日化、厨房家居、奢侈品等品类，并对潮玩周边、谷子经济、IP 文创等新兴趋势保持密切的关注。公司将结合行业发展趋势和自身优势，秉持开放合作态度，积极寻求机会与相关行业优秀公司开展业务合作。具体信息请关注公司定期报告等相关公告，以公告内容为准。</p> <p>13. 公司有涉及小红书业务吗？具体提供哪些服务？</p> <p>小红书作为集电商与内容分享于一体的新兴平台，凭借其庞大的用户基础和强大的流量优势，成为品牌推广与增长的关键阵地。公司为品牌在小红书平台上的店铺提供全方位、一体化的运营服务，涵盖从店铺前期搭建到后期维护的各个环节，具体包括：店</p>
--	--

	<p>铺开设、项目策划与活动执行、页面设计、商品及订单管理、IT系统运维、仓储物流、客服服务、营销推广与资源协调等。公司将持续深化与品牌在小红书平台上的合作，通过深化品牌定位、数据驱动精准策略、创新营销手段等方式实现品牌影响力的持续提升与业务的稳步增长。</p> <p>14. 公司会进行业绩预告吗？</p> <p>公司如涉及披露业绩预告情形，将按照《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律法规在规定的时间内披露年度业绩预告。</p>
附件清单	
日期	2025 年 1 月 17 日