

证券代码：301276

证券简称：嘉曼服饰

北京嘉曼服饰股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-003

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他	<input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	1、申万宏源研究-王立平 2、申万宏源研究-刘佩 3、马来西亚国库-聂迪中 4、华夏基金-胡卫兵 5、华夏基金-周飞 6、雅戈尔投资-姬聪 7、平安证券-李峰 8、光证资管-朱成凯 9、景泰利丰-吕伟志 10、进门财经-李倩 11、中庚基金-张炜舜 12、九泰基金-秦庆 13、易安财险-程跃 14、山西证券（资管）-易振兴 15、星泰投资-贾雨朦	
时间	2022年11月11日	
地点	电话会议	

上市公司接待人员姓名	公司董事会秘书程琳娜
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司接待人员就与会人员提出的以下问题进行了逐一解答：</p> <p>1、公司属于童装行业，目前出生率下降的趋势是否会影响公司发展的前景。</p> <p>①首先我国童装行业的市场基数还是比较大的，全国现阶段有2-3亿儿童，足够公司业务拓展。并且童装行业相对来说起步较晚，市场集中度也有待进一步提升。其次公司的童装主要定位于中端、中高端、高端市场，随着我国经济的发展，居民生活水平不断提高，使得公司产品的消费群体也随之不断扩大。</p> <p>②基于目前的人口数据，相信国家未来会出台更多配套的支持性政策来保证出生率。即使未来并未出台相应政策，每个家庭依然保持着一家一个孩子的生育观念，童装消费也会遵循从量变到质变的发展趋势。孩子少的家庭，家长通常会更舍得投入，可能会从无品牌消费到品牌消费，从低端品牌消费到中高端品牌消费，从人均消费金额来看，也将会呈现一个上涨趋势。</p> <p>③目前的消费品市场，正在不断呈现出需求细分的趋势。随着人们生活精细化程度的加深，孩子们的穿着场景也逐渐多样化。对于不同的场合，例如正式场合、休闲场合、户外运动场合等，孩子们均需要能够彰显个性的童装与之匹配。公司拥有清晰的品牌矩阵，品牌风格各异，能够契合消费者多样化的童装需求。</p> <p>2、公司今年电商销售占比较高，公司电商的运营方式是怎样的？</p> <p>公司是全渠道销售的公司，除了线下的自营和加盟，在线上渠道已经覆盖市场主流电商平台，例如天猫、京东、唯品会、抖音等。公司拥有一支富有经验的电商团队，负责电商的拍摄、推广、运营、客服等全流程业务，运营模式以自主运营为主，个别直播间采用委托运营的方式。</p> <p>公司电商团队规模较大且经验丰富，采取分品牌管理的模式，即每个品牌为一个工作组，负责运营该品牌的线上店铺。唯品会和天猫平台销售的占比较高，抖音平台的增长幅度较</p>

	<p>大。随着人们消费习惯的变化，公司未来会不断加大对线上渠道的投入，并且对于一些新的营销模式，公司也正在积极尝试。</p> <p>3、公司线下店铺未来的开店计划和布局是怎样的？</p> <p>公司线下的布局需要综合考虑后疫情时代的市场情况，对于线下店铺的开设，主要考虑选择在客流量大的中高端购物中心的优质店铺位置，以起到品牌正面宣传效果。对于上述条件不理想的区域，公司会暂缓开店计划。</p> <p>4、公司本次双十一的销售情况</p> <p>今天是双十一大促活动的最后一天，所以我们还没有准确的统计数据，但是今年大部分品牌在各平台上的销售排名是上升的，总体估计今年的双十一大促活动全平台的销售情况应该与去年相近。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022年11月11日