

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：2022-005

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	1、国泰君安证券股份有限公司-贾冬青 2、国泰君安证券股份有限公司-张爱宁
时间	2022年12月29日
地点	腾讯会议线上会议
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、由于12月份全国防疫政策调整，本月各渠道的销售情况如何，是否感受到明显复苏。</p> <p> 本月存在消费者和员工感染奥密克戎的情况，导致对线下销售门店客流量产生明显的影响。线上的消费也产生了一定的影响，快递时效性有一定程度的下降。但是随着消费者和员工逐渐恢复健康，近期可以感受到北方地区客流量的回升势头。</p> <p>2、本年度三季报表现良好，业绩稳定增长的原因是什么。</p> <p> 第一，公司的产品注重品质感和用户体验，款式设计、面料和工艺都非常注重细节，从产品层面看，竞争力本身较强；第二，公司是多品牌童装运营企业，各品牌档次定位、风格定位均存在差异化，在市场日益细分的大背景下具有更强的抗风险能力。第三，公司的电商渠道占比超过65%，更契合目前主流的消费方式。</p>

3、线上渠道在近五年销售额呈现爆发式增长的原因是什么。

第一，品质是品牌发展的基石，公司的产品在品质感、设计感以及品牌效应方面都具备很强的竞争力。同时，公司拥有经验丰富的企划团队。企划部门会根据历史销售数据进行分析，确定产品深度，给到设计部门新品开发方案，由设计部进行设计之后，连同供应链部门进行联席评审，最终确定款式和深度，形成市场所需要的新品投放计划，所以公司的产品适销性较强；第二，公司开展线上渠道较早。甚至早至 2011 年左右就开始尝试线上渠道，经过多年不断探索，积累了较为丰富的线上渠道营销经验。从线上销售来看唯品会占比较高，公司与唯品会采用联营合作模式，唯品会从终端销售的货款中获取分成，并由唯品会主要负责商品在平台上的宣传推广和流量分配。唯品会的经营策略之一是选取短时间内产生较大销量的品牌，公司经营的品牌影响力较高，较能契合唯品会的经营策略；其次是天猫、京东等知名电商平台，抖音近两年的流量持续增加，销售也水涨船高；第三，公司拥有自有物流中心。发货方面不依赖第三方，不管是平日还是节日大促期间都能够确保发货的时效性。

4、线上渠道的产品是否有区别，区别主要是哪些方面。

不同的渠道产品是有区别的，公司有独立的线上渠道设计团队，单独给线上渠道设计款式，但不排除少部分产品和线下渠道有一定重叠。公司线上与线下渠道，同一品牌的产品风格是保持一致的。由于线上更多要求性价比，所以线上产品定价也是低于线下渠道。

5、未来是否会进一步加大线上渠道的拓展？

线上渠道对比线下渠道会更有效率，公司未来会持续加大对线上渠道的投入。流量在哪里，我们就会在哪里拓展渠道。公司近两年也组建了专业的直播团队，对于视频号、种草账号等多种形式也在积极进行尝试。当然线下渠道，公司也是不会放弃的，对于优质的线下渠道依旧会进行拓展。

6、对于代理品牌的授权到期后会稳定续约吗，授权费用是如何构成的，授权方是否会干涉公司的决策。

公司与授权方的合作多年来十分顺畅，双方均有稳定续约的预期。授权费用以协议约定的最低商标权使用费为基础由双

	<p>方协商确定,也存在按照净收入的一定比例确定品牌使用费的情况。</p> <p>公司会将设计图给品牌方审核,主要审核内容是 logo 运用是否规范,风格是否贴合品牌定位等。通过多年合作,双方在设计层面基本不会产生争议。由于公司选取的渠道都是符合中高端品牌定位的中高端商场及购物中心,以及大的电商平台,所以品牌方也基本不会干涉公司的经营决策。</p> <p>7、有什么清库存的计划,我们预计明年什么时候库存可以消化至正常水平?</p> <p>公司有独立的存货管理部门,对于长龄库存会通过一些尾货批发商去消化掉。其他库存会通过一些奥莱渠道,或者通过部分线下门店的短时促销活动进行消化。预计明年春天随着人流量的增加,以及通过全年周期性销售活动,公司会提高存货的周转效率。对于 2023 年,整体来看公司还是持有乐观的态度。</p> <p>8、未来哪些品牌会是公司重点发展对象。</p> <p>公司会持续加大自有品牌水孩儿和菲丝路汀的建设,从产品设计端以及生产工艺等环节进一步进行品牌风格的聚焦,打造核心品类。例如水孩儿的风衣、菲丝路汀的礼服裙等。对于授权品牌,预计会顺应品牌的发展阶段有节奏地稳定增长。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 12 月 30 日