

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：2023-001

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 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、大家保险资产-胡筱 2、申万宏源-王立平 3、申万宏源-李璇 4、申万宏源-刘玲玲	
时间	2023年1月5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、公司1995年开始做水孩儿品牌，时间比较久了，但是体量并不大，怎么看待这个问题。</p> <p>首先，公司在发展过程中，选择了多品牌、多层次、差异化的经营思路。对单一品牌来说，投入的资源仅是公司的部分资源。其次根据公司的战略规划，对各个品牌资源的投入会有阶段性的侧重。例如2005年左右引进进口品牌的时候，对进口品牌的投入增速较大，早期公司的资金不像现在这么充裕，相对来说也会制约一部分自有品牌的发展速度。</p> <p>2、品牌与品牌之间的设计、生产和运营团队是同一个还是分开的。</p> <p>在设计上，公司各品牌之间的团队是完全独立的，每个品牌都有自己的设计部门，甚至还会进一步细分为线上设计团队</p>	

和线下设计团队。在生产端,也是分为不同的品牌管理和运营,部分产品的采购是存在共用资源的情况,比如说某些面料是统一布局的,这有利于品质控制和成本控制。在渠道运营上,各个品牌是完全独立的。

3、一些公司会采取逆势扩张的策略,会不会担心线下门店资源紧缺,对此怎么权衡。

目前公司线上渠道销售占比超过 65%,其余为线下加盟与自营,自营部分一些优质渠道公司一直在运营。在后疫情时代,线下渠道短期内不可测的因素较多,经营效率也没有线上高,所以即使在同等情况下,公司也是会将更多的资源放在线上渠道的建设。但与此同时,线下的优质渠道公司依然会关注以及在合适的时机布局。在线下稳健发展,在线上持续建设。

4、对于消费者偏好的变化,公司如何保持设计能力的优势。

首先,童装与成人装不同,成人装可能随着潮流变化比较快,流行的款式和风格也会切换频繁。但是童装相较于成人装时尚敏感度低一些,比较实用和经典的款式会持续具备满足市场需求的能力。

其次,公司的商品企划部门立足于历史销售数据分析哪些款型具备市场优势,然后输出方案给予设计部进行参考。公司的设计团队富有经验和创造力,既会结合历史数据形成畅销款型预测,又会添加一些时尚流行元素,每年会在结合流行趋势的基础上加以前瞻性预测,从而形成设计初稿。

5、公司各品牌发展的中长期规划是怎样的,希望发展成为什么样的企业。

公司的自有品牌模块会继续进行升级打造,希望能够给公司带来更多的贡献。初创品牌菲丝路汀将进一步聚焦核心品类,拓展优质渠道,加强品牌宣传。成熟品牌水孩儿,在面料选择,生产工艺,设计创新方面将进一步进行升级和突破。授权品牌模块,公司将保持其成长期的发展增速。依据公司多品牌战略,会继续精选全球知名品牌,以丰富公司的品牌矩阵,同时根据市场偏好不断调整和优化品牌结构。公司致力于发展成为一个专业的多品牌童装运营公司,成为中国乃至全球知名的优秀童装企业。

	<p>6、公司多品牌运营具有很大的挑战，我们公司成功的关键是什么。</p> <p>第一，公司在发展前期已经规划好多品牌运营管理架构。公司各品牌的市场定位差异化，品牌风格鲜明，既实现多品牌的差异化发展，又满足了品牌间的多元互补。第二，多品牌运营包含更多业务条线，对公司的内部管理有一定的要求。我们多年来优化审批节点，管理机制扁平，以此提高内部沟通效率。第三，多品牌运营对内控的要求严格，公司有专业的团队，能够严格控制法务、财务、业务等方面的关键风险节点。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023年1月6日