

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：2023-009

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、创金合信基金-刘毅恒
时间	2023年3月2日
地点	北京嘉曼服饰股份有限公司
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、菲丝路汀将来会进一步拓展品类吗？还是说做深度。 对于一个初创品牌，公司不太考虑在现阶段拓宽品类。菲丝路汀在公司的多品牌矩阵中属于中高端品牌的定位，聚焦法式优雅风格，核心品类是高端女童裙。从品牌塑造角度来看，首要考虑的是突出核心卖点，做出风格做出深度，将品牌形象包括核心品类根植到消费者心中。通过品牌和消费者的购买行为不断的互动与磨合，进而建立消费者品牌认知，从而形成品牌的美誉度。</p> <p>2、在品牌营销方面，哪些要素是比较重要的。 在品牌营销方面，公司需要制定长期和短期的整体销售战略和运营规划，总体把控和协调各品牌、各渠道的发展策略和资源投入。公司各销售部门（团队）按照战略规划，根据所负责品牌的定位、渠道特点制定该品牌在渠道（平台）的年度、款季、区域的市场运营方案，并针对细分产品、不同销售时段（如店庆、购物节、法定节假日）以及具体销售的商场和店铺制定特色的营销推广方案。一个优秀的品牌不仅需要顶尖的产</p>

品开发能力，同时还需要有利于品牌形象塑造和传播的大量事实运作。包括营销行为、传播行为等，这些都是品牌价值的动态体现，但无论何时，产品都是品牌运行的基石。对美好生活的向往，是我们永恒的追求；对更好产品的向往，是我们努力的方向。

3、简单介绍一下各品牌的未来规划。

公司是一个多品牌童装运营企业，以品牌为核心，致力于品牌童装的企划设计、品牌推广和渠道打造等壁垒较高的环节，并通过对上述各环节的高效运行和管理，实现品牌影响力和品牌溢价的不断提升。

公司拥有自有品牌水孩儿、菲丝路汀，独家授权品牌哈吉斯、暇步士以及国际高端童装品牌零售集合店“bebelux”，各品牌定位分明、风格迥异、所处发展阶段不同（分别涵盖了成熟期、发展期、初创期）。针对自有品牌和授权品牌，公司基于各品牌的定位和风格差异，准确把握市场流行趋势和不同消费群体需求，进行企划设计、品牌推广和渠道建设，取得较好的销售业绩。“bebelux”主要针对国内消费能力强，对国际高端品牌有所偏爱的消费群体，公司每年组织掌握最新流行趋势的买手团队进行国际品牌童装采购，将不同品牌、不同风格的国际精品童装集中呈现在消费者面前，努力树立 bebelux 作为高端童装集合店的品牌形象。

作为成熟期的品牌，主要面临的是消费者代际之间的审美差异。一代人有一代人对时尚的理解，设计是否能够不断满足年轻父母的审美需求，是所有成熟品牌都面临的课题。首先，公司将会不断进行品牌的升级迭代，从设计上满足新一代父母的喜好和审美情趣。从功能性上，不断进行提升和强化。从品质上，进一步加强产品的品质感和精致度。也就是说从设计、面料、版型、工艺方面都要进行一系列的升级打造，从而满足现在的消费者对生活品质越来越精细化的要求；作为初创期的品牌，现阶段的主要规划是从产品端和营销端全方位建立及强化消费者品牌认知；作为发展期的品牌，基于公司多年努力运营，这些品牌的童装产品已具备一定的群众基础，从业绩的增长表现来看也具备一定的市场竞争力。所以公司将继续扩大其市场份额，覆盖更多的空白市场区域，线下择优开设店铺，线上继续深挖渠道潜力，适时扩张新的平台。另外从产品层面，在保持品牌风格的基础上持续进行升级更新。

4、公司的设计有什么竞争优势。

公司作为具有 30 多年童装运营经验的企业，长期专注于品牌化经营，并实现了品牌童装的规模化发展。公司的自有品牌和独家授权经营品牌确立了精准、稳定的品牌定位和清晰的风格，自有品牌水孩儿定位于中端大众休闲、暇步士定位于中高端美式休闲、哈吉斯定位于中高端英伦校园风格。公司

	<p>从设计、面料、工艺等方面塑造独特的服装文化内涵和品牌价值因素，实现品牌价值的持续提升，迎合消费者不断增强的品牌意识。公司在自有品牌“水孩儿”、“菲丝路汀”和授权经营品牌“暇步士”童装、“哈吉斯”童装运营中实行自主研发设计，从商品企划到主题及色系开发，从面料选择到款式设计再到版型研发都由公司自主完成。由具有丰富设计经验和创意表达能力的设计师根据各品牌的风格定位、当季流行趋势、特定群体的消费差异，通过不同的款式、面料、色泽等各种要素的组合，并融合设计师设计理念的个性表达，满足消费者对服装的文化和功能的双重需求。公司多年来积累了充分体现自主设计品牌的设计理念 and 风格的版型数据库、包含产品工艺单、样衣图片和灵感来源的设计元素数据库，该等数据库可帮助设计师在创作过程中更加深刻理解公司各个品牌的文化内涵和风格定位，也可使新加入的设计师更加快速、精准把握公司产品的设计方向。</p> <p>5、加盟商的回本周期大约是多久。</p> <p>加盟商投资回收期主要取决于商圈的选择以及加盟商自身的经验，一般来说回本周期一到三年不等。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023年3月6日