

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：2023-018

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--策略会
参与单位名称及人员姓名	1、兴业证券-赵宇、韩欣 2、东证资管-唐亮 3、泉果基金-魏姝馨
时间	2023年9月12日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	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、收购暇步士品牌之后对授权商的品牌营销方面会有什么限制吗？ 对于各授权商公司会在店铺选址、品牌形象、价格带、品质感等方面给予相应指引，其他方面尽量给予授权商一定的自由空间。此外未来可能会在暇步士品牌形象上开展主题活动邀请各授权商共同参与，与各授权商一起做好品牌维护，放大暇步士的品牌价值。</p> <p>2、是什么原因导致公司线上渠道占比较大。 公司发展线上渠道比较早，从2012年开始尝试电商渠道拓展，建设自己的电商运营团队。但早期更多的是积攒经验，各平台自身的发展也没有呈现规模性爆发。从2015年开始公司电商运营较为成熟，2016年、2017年各品牌电商渠道业绩增长比较明显，公司开始在电商渠道放量增大，销售占比越来越高。 公司电商运营增长较快，首先是由于前期团队的建设和经</p>

	<p>验的积累让公司的线上渠道发展更为顺利；其次公司具有一定的品牌优势，公司品牌经营时间较长，在童装领域形成了广受消费者认可的品牌影响力与美誉度，积累了广泛的客户基础，线上业务借助公司线下品牌影响力，实现了较快增长；最后是基于之前公司的市场调研，几个品牌的目标受众群体绝大部分会更倾向于首选线上消费，公司在电商渠道倾斜了资源投入，应该说公司也抓到了电商高速发展的风向及红利，未来是全渠道发展战略，但电商依然会是非常重要的渠道。</p> <p>3、公司内部组织架构是怎样构成的。</p> <p>销售端来看，公司内部的组织架构大的框架基本是按照销售渠道划分，分为直营事业部、加盟事业部以及电商事业部三大模块。各模块下细分各品牌事业部或品牌组。</p> <p>4、现在公司的品牌矩阵下是否考虑增加下沉品牌类型扩充品牌矩阵。</p> <p>公司认为现阶段仍然是将现有业务做好并且提升品牌价值，暂时没有考虑将低价下沉类型的品牌纳入品牌矩阵。首先公司认为现有品牌矩阵涵盖高端国际品牌，中高端品牌暇步士、菲丝路汀、哈吉斯，中端品牌水孩儿，品牌矩阵相对完善，且结构稳定。其次，公司十分看好中国的经济发展，随着人民生活水平的提高，可支配收入的增长，中国县域经济的不断发展，中端或中高端品牌下沉三四线城市在不久的将来就会实现，所以公司现有品牌具备广阔的市场前景。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023年9月12日