

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：2023-028

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 checked="" type="checkbox"/> 其他-策略会 <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、申万宏源证券-王立平、李璇 2、国寿安保基金管理有限公司-韩涵 3、圆石投资-阳凤娟 4、中庸资产-吴超 5、上海合远私募基金管理有限公司-林映吟 6、深圳世纪致远私募证券投资基金管理有限公司-吴宇森 7、国网英大集团-孙超 8、德邻众福投资-赵强
时间	2023年11月16日
地点	深圳市福田区香格里拉酒店
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书：程琳娜
投资者关系活动主要内容介绍	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： 1、公司授权品牌与自有品牌的现有结构比例如何。 公司在收购暇步士大中华区全品类 IP 资产后自有品牌占比将远远大于授权品牌，自有品牌目前有水孩儿、暇步士、菲丝路汀，自有渠道品牌 BEBELUX，授权品牌哈吉斯。自有品牌占绝对主导地位对公司经营的稳定性和持续盈利能力起到了正面积极的作用。 2、消费者对童装品牌建立认可主要会来源于哪些方面。

	<p>童装的主要消费人群是家长，会存在消费人群与实际穿着人群相分离的情况，一方面家长对品牌的消费偏好会迁移到童装，例如认可暇步士与哈吉斯成人装的父母通常也会认可相应品牌的童装；另一方面家长对童装品牌更关注的是舒适与安全。产品力是童装最核心的竞争力，作为中高端童装品牌，消费者将会更认可那些注重产品功能性、面料质感与工艺细节的品牌。</p> <p>3、公司对暇步士各品类是如何规划的。 公司收购的暇步士大中华区全品类，包括了现有品类和待开发品类。针对现有品类，合作伙伴如能与公司在品牌经营理念上保持一致，并达到公司对于暇步士品牌在设计风格、产品质量、价格策略、增长计划方面的要求，公司倾向于以授权的模式与各合作伙伴共同做大品牌价值、分享品牌成长收益；针对新的品类，公司也可以考虑进一步开发市场，以扩充市场增量。</p> <p>4、不同品牌是否是不同团队运营。 公司从商品企划、设计研发、供应链管理到终端销售都按品牌维度进行了划分并独立运营与考核。</p> <p>5、公司如何进行货品的组织与库存的控制。 公司对货品的组织从商品企划阶段就开始了，公司的商品企划部门会根据历史销售情况，结合市场情况与业务发展规划策划新品的投产品类及各品类的深度，并根据实时销售情况进行适当的调整与补单。公司认为一定的库存是保证销售增长的基础，并不会仅仅为了控制库存而减少投产。总体来看，公司历年的产销率情况都是合理和健康的。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023年11月16日