

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：2024-001

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、刘立思-银河证券 2、赵博-国泰君安
时间	2024年1月3日
地点	公司会议室
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	<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、公司未来1至3年的增长驱动是在哪里。 主要增长点来源于原有业务以及增量业务。原有业务的增长将主要来自于三大品牌水孩儿（Souhait）、暇步士（Hush Puppies）和哈吉斯（Hazzys）童装，水孩儿品牌升级后市场反响较为正向，公司将继续提高其产品的竞争力、进一步打造品牌影响力。暇步士（Hush Puppies）和哈吉斯（Hazzys）童装仍处在成长期，公司将把握品牌增长势能持续聚焦其各自的风格来进行研发设计。在线下渠道拓展方面，水孩儿、暇步士（Hush Puppies）和哈吉斯（Hazzys）会持续发展加盟商，择优选择位置好、流量高的购物中心及商场开设直营门店，保持增速发展；新增业务主要是在收购暇步士（Hush Puppies）大中华区全品类IP之后公司授权费收入，在品牌管理方面，公司将重点把握商品企划、产品审批、价格策略及渠道建设等方面，希望与各品类授权商一起保持聚焦鲜明的美式休闲风格与中高端的品牌定位。</p>

	<p>2、收购暇步士（Hush Puppies）之后收取各品类的授权费是否可以理解为约等于利润。</p> <p>公司会从品牌整体层面对暇步士（Hush Puppies）进行推广营销，所以初步计划会有一些费用支出。</p> <p>3、对于市场消费降级怎么看。</p> <p>从公司角度未感受到明显消费降级。从高端品牌的消费数据看，2020年至2022年的销售依然还是可观的。从大趋势看，中产阶级的消费会越来越注重品质感和设计感，公司定位于中端市场的品牌水孩儿一直不断地进行产品升级，风格更加聚焦于轻户外，核心品类例如冲锋衣、风衣、夹克等卖点更加突出，功能性面料的应用更加广泛，版型持续优化，更加适合中国儿童的体型。纵向对比，在价位相同的情况下，产品品质感的大幅提高更加吸引了中端消费者。</p> <p>4、公司各品牌在电商排名情况如何？</p> <p>公司品牌在电商平台排名靠前，处于第一梯队商家。</p> <p>5、公司经营国际品牌和中高端品牌的优势有哪些。</p> <p>公司经营国际品牌比较早，2005年以后就逐渐开始了国际一线童装的品牌代理，许多国际品牌童装是首次进入中国市场，公司能够把握住市场时机从零做起，一方面是由于公司具有一些优质的渠道资源，一方面是因为了解中高端产品的消费者需求。中高端消费客群对产品的要求更高，更加注重童装的舒适性、安全性及品牌带来的社会附加值。另外，公司一直比较看好中高端市场的发展潜力，虽然中高端消费者的数量较整个市场而言占比较低，但是他们的购买潜力巨大，并且随着中国经济的逐渐崛起，中高端品牌具有广阔的市场空间。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024年1月3日