

证券代码：002029

证券简称：七匹狼

福建七匹狼实业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	广大投资者
时间	2021年4月16日下午3:00-5:00
地点	“全景路演天下”（ http://rs.p5w.net ）
上市公司接待人员姓名	董事长周少雄先生、董事会秘书陈平女士、财务总监李玲波先生、独立董事戴亦一先生、保荐代表人王可先生。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>福建七匹狼实业股份有限公司已公布2020年年报，报告期内，公司实现营业收入33.3亿元，净利润2.09亿元，公司每股收益为0.28元。为了让投资者更好的了解年报内容，公司董事长周少雄先生、董事会秘书陈平女士、财务总监李玲波先生、独立董事戴亦一先生、保荐代表人王可先生做客全景网路演平台，详细解读2020年年报及公司治理、发展战略等投资者所关心的问题。</p> <p>投资者核心关注问题及公司高管、独董回答投资者提问记录如下：</p>

1、2020 年报中短期借款 9.19 亿其中 3.42 亿是票据贴现款，请问财务总监李先生，公司采用的会计处理：用于 3.42 亿的票据贴现的应收票据是否包含在合并资产负债表应收票据科目中？是否大部分性质为企业承兑汇票？

答：合并资产负债表应收票据的金额，不包含 2020 年报中短期借款 9.19 亿中的票据贴现款。合并报表范围内公司之间开具的承兑汇票主要为银行承兑汇票。

2、公司每年计提如此高的减值是否合理，同样的服装公司利郎，毛利也相似，为什么这些公司累似的存货，确减值 1 亿，公司要减值 3 亿多，是否存在每年用 2 亿左右的资金利益输送给集团公司用于支付利息款。

答：您好，公司计提存货跌价准备是例行的会计处理，是公司稳健会计政策的反映，所采用的会计估计在近年来没有发生过变化。如果存货后续进行了销售，公司会按照所销售存货的成本与届时存货的账面价值之间的差额进行转销。公司计提存货减值准备与集团无关。谢谢！

3、关于理财。公司每年理财资金较为巨大，询问该理财业务对于股东是否有利？增加当地所得税，减少股东收益；增加公司扣非利润，降低净资产收益率，也不会增加扣非利润，公司这样做，目的是为了维护广大股东利益，还是其它目的，请公司详细告知。

答：您好，由于公司稳健的现金流控制政策，公司留存充足的货币资金。为最大限度的提升自有资金的使用效率，根据公司实际经营情况和资金使用计划，公司使用了部分闲置自有资金进行投资理财。公司使用闲置资金进行投资理财可以使资金使用效率最大化，有力提高公司收益，符合公司和全体股东的利益，不会对公司产生不利影响。谢谢！

4、2020 年度，公司对存货计提减值 3.32 亿元，期末存货账面价值为 10.08 亿元，占总资产的 10.85%，其中库存商品账面价值为 7.97 亿元，库龄 3 年以上的存货余额同比增长 15.17%，库存积压严重。请公司说明，将采取哪些措施提升产品售罄率，降低存货减值风险。

答：您好，公司 2020 年受疫情影响，对旧库存的处理力度也受到影响。公司将深度加强公司终端渠道管理，加强线上销售渠道管理，公司采取直营与加盟相结合、线上线下互补的多元化全渠道营销模式，进行提升公司产品售罄率，确保公司能有一个更合理的的库存。

5、各位下午好，请问财务总监：2020 年报资产负债表：其他非流动资产 22 亿，在年报披露受限资产中其他非流动资产 11.83 亿（用于开具银行承兑汇票质押），请问在合并资产负债表科目中其他非流动资产 22 亿中是否包含权利受限质押的 11.83 亿？

答：您好，是的。

6、基于市场预期，产品组合判断，请问 2021 年经营财务目标是什么？谢谢

答：2021 年度，公司将结合宏观环境、行业趋势和公司的实际情况，重点做好以下工作：坚持以产品为王，文化为根。聚焦核心品类，以客户为导向完善产品设计研发，将蕴含狼性精神和智慧的品牌“DNA”融入产品，诠释品牌态度与内涵。继续布局直播电商、社群电商等新渠道，不断优化全渠道运营策略，完善运营管理体系，通过组织效能匹配发挥内生驱动，提升渠道效力。在品牌建设上采取新策略，制作新内容，打造新玩法，创造新整合，建立精准传播体系，不断提升品牌美誉度，促使品牌传播的有效转化。推进供应链向价值链的升级，借助智能平台实现客户洞察，利用各种数字化技术服务提高运营效率，建立供应链弹性，实现商品端和供应链上的产品协调、策略协同和数据协同，实现价值最大化。在数据可视化的基础上，推动数据全面智能化应用。用大数据+AI 构建决策大脑，实现数据的预警和经营诊断，以数据驱动零售增长；同时扩展行业大数据，追踪竞品、解读趋势，实现大数据赋能。有效推进新品牌特别是卡尔拉格斐品牌的运营和推广，逐步优化升级相匹配的供应链体系，推动线下零售渠道业务和电商业务的快速发展。继续以股权合作、产品合作等方式引进优秀人才，寻找合适合作伙伴进行匹配的品牌授权，焕发“Karl Lagerfeld”品牌生命力。继续专注于时尚产业生态链投资，挖掘有匠心、有 IP 文化、深厚品牌力、产品力的优质项目，构

建时尚产业生态系统。从现有的数据来看，市场环境依旧复杂多变，而主品牌和新品的发展都与外部环境以及公司的管理运作能力密切相关，提请投资者关注投资风险。公司将围绕中长期发展战略，积极落实年度规划，稳中求进，推动公司业绩的有效提升。

7、2020 年度，公司实现营业收入 33.3 亿元，同比下降 8.08%；净利润和扣非净利润分别为 2.09 亿元和 9455 万元，同比下降 39.83%和 57.94%，上市以来首次出现净利润负增长。请公司说明，除受疫情影响外，导致业绩严重下滑的其他因素，今年公司将采取哪些措施降低疫情及上述因素对公司盈利能力的影响。

答：公司 2020 年业绩出现负增长，核心原因是疫情的影响，其中 2020 年一季度单季度亏损，因为一季度对全年业绩影响很大，同时因为疫情原因，我们加大对经销商的支持，加大了退换货的比例，因此也给公司报表带来了负面的影响。相信随着疫情的结束，业务终端的稳步回升，经营利润会逐步好转。

8、公司如何解决主业下滑的不利局面。

答：目前服装行业核心问题是消费者的消费模式和渠道体验模式发生了大的变化，公司需要从产品企业开始进行商业的调整以适应消费者的变化。过去几年我们一直在调整处理中，未来我们将继续维持美誉度，进行线上线下的融资，整合新渠道和新资源，实现销售收入的增长。同时，做好新品牌，为公司创造新的利润增长点。

9、尊敬的董事長閣下：想請教您以下幾個問題，一，公司的未來營業收入與業績反映最大的成長點在哪裏？二，公司有無拓展多元化經營的願景？三，公司資本上市價格低於財務報表的淨資產價格是否有無未披露的信息？四，公司大量的閒置貨幣資金有沒有進行更高效益的投資使用規劃？四，如果方便您能否簡單談下你對上市公司未來的理想與規劃。謝謝您，致以最美好的祝願。

答：多谢您的关注。1、公司未来的收入和业绩增长一方面需要我们对于七匹狼的产品进行有效地定位，对于网络社群等新的渠道进行良好的设定，从而带来七匹狼业务收入的增长；另一个方面来自于新品牌的有效并购和运营。2、公司将围绕时尚产业集团进行相关产业的投资和整合；3、公司严格遵守相关监管和披露准则，无应披露而未披露信息；4、为了保证资金安全，在投资项目未有落实前，公司闲置资金仍将进行低风险银行理财以及以高息为目标的固收替代。5、未来上市公司仍将沿着时尚产业主线，夯实七匹狼，做大做强新品牌，实现公司做大做强。

10、后李淑君时代如何演变？职业经理人李淑君给予七匹狼带来了哪些变化，这次不成功的变更职业经理人，有何经验和教训？

答：您好，李淑君女士在任职期间勤勉尽责，为公司的发展做出了重要贡献。虽然李淑君女士因个人原因离职，但公司管理团队未发生重大变动，未对公司的经营发展产生重大影响。谢谢！

11、关于人才 周总经常提出七匹狼最缺少的是人才，未来七匹狼如何提升对高端人才的吸引，建议周总效仿千金买骨的案例，吸引人才，做强公司。

答：感谢您对公司的支持和建议，一直以来，七匹狼秉承“以人为本”的理念，尊重和保障员工权益，重视员工的培养与发展，同时关注员工的身心健康。通过建立健全制度，落实各项措施，加强员工关爱，以帮助员工平衡工作及生活，激发员工积极性，从而增强企业人力资源价值，提升企业的生产力和竞争力。公司将在接下来的工作中秉承该原则，不断发掘培养优秀人才。

12、这两年服装业务裹足不前，公司有新举措吗？

答：服装行业这几年面临模式的调整和变更，再加上去年疫情的影响，业务面临一些困难。所以这几年核心工作是调整企业的经营模式以适应行业的发展。这几年来，公司在人才体系、货品体系、供应链体系等方面都在进行一些改革，以适应消费者的需求和市场环境的变化。

13、请问周总，第一，去年利润亏损比同行业幅度大的原因是什么？第二，是否有产业链并购计划？

答：由于疫情原因，我们去年利润出现较大幅度下降，实现净利润 2.09 亿，并没有亏损。公司的投资围绕着时尚产业进行，并不排斥甚至优先考量产业链的并购。谢谢！

14、建议七匹狼上市公司可以扩大经营范围，投资入股一些医美公司

答：感谢您的建议。公司投资业务围绕时尚产业进行，围绕时尚产业的优质标的，都会是我们寻找的方向。

15、上市公司持有财务公司少量股权，集团确持有大量股权，这种股权结构同财务公司资金来源匹配吗。另东方电气将财务公司注入上市公司，七匹狼可否比照处理。

答：财务公司的注册资金上市公司和集团按照股权比例投资。财务公司属于持牌机构，接受管理和监督。财务公司的日常管理是一个专业的金融管理工作，要结合实际的管理能力来考量。

16、双轮驱动 公司提出实业加投资双轮驱动的战略（实业加投资），目前发展如何？ 投资驱动，截止目前定增的钱还没有用完，一直在买银行理财，这就是公司所说的加大投资吗？ 实业，2018 年公司收入同口径（收回了针织业务）比 2012 年还要低，这就是加大实业吗？

答：公司 2012 年募集资金严格按照募集说明书的要求使用，在使用过程中基于宏观经济和行业市场环境的变化，时尚消费领域的内外环境的重大变化，公司谨慎对外投资，为提高资金使用效率，经过审慎研究及公司董事会、股东会审议，公司终止募集资金投资项目并将剩余募集资金永久补充流动资金。公司募集资金的使用严格按照相关的规定并履行相应的审议程序，公司使用募集资金进行现金管理是为了保障公司收益的最大化，切实维护全体投资者的利益。公司实业+投资的双轮驱动战略未发生变化，公司将根据内外部

环境的变化抓住机遇促进公司的发展。

17、公司大量的门店关闭，相对于同行来说门店数量进一步收窄，营销渠道方面有何规划？，未来公司的营收增长点来源在哪？全面注册制下，股权投资带来很大机遇，上市公司的大量闲置资金有无让上市公司进行独立运营管理进行股权投资的可能？

答：我们的渠道策略从量提升转到质量及消费者体验的提升上，所以对于渠道，我们会关闭一些低质量店铺，同时做好现有店铺的整改提升。公司未来仍将围绕时尚产业部分进行投资，在没有合适的项目前，相关资金会用于银行理财。谢谢！

18、集团公司的箱包和鞋类等不属于上市公司的产品都在用七匹狼这个商标以及同样的销售渠道，我们看到线上享受上市公司支付了淘宝、京东和唯品会巨额费用，请问不属于上市公司的箱包和鞋类产品有没有负担相应的费用？希望拿出具体费用承担的数据。谢谢！

答：您好，公司没有负担不属于上市公司的产品的相关费用。

19、请问周董，如何解决集团旗下其它产业和上市公司共用七匹狼品牌的利益冲突？比如上市公司花钱打广告，而集团其它分公司产品也使用七匹狼品牌，侵占上市公司利益，更甚的是，如围巾质量问题给品牌造成负面影响，投资者用脚投票，造成今天七匹狼股价严重跌破净资产，请问周董事长，未来如何解决这个问题？

答：您好，我们会和经营层加强沟通，增强对于相关产品品质的管控。关于共有品牌的相关问题公司在上市的招股说明书中有明确约定，七匹狼商标所有权变更至上市公司名下后，七匹狼集团及其控股或参股的企业可以在“鞋”类商品上永久无偿使用相关商标。谢谢！

20、公司在网络上销售有大量的经营单位，未来能否整合在七匹狼官网名下。

答：公司线上渠道也是采用直营与加盟相结合的模式，为了公司效益最

大化，公司将还是继续采用直营与加盟相结合的模式。

21、淘宝上有家店叫七匹狼品牌官方店，他既卖七匹狼衣服，又卖与狼共舞衣服，当我问及为什么卖两个品牌时，对方告知与狼共舞是七匹狼集团下面的品牌，与狼共舞不是卖掉了吗，难道是代持？

答：感谢您的问题。我们会让品牌维权部门查找跟踪此店铺，看是否为合法授权经销店。也欢迎您推送店铺链接。与狼共舞在上市前已经转让。

22、官方商城卖的皮带是上市公司的产品吗？还是给集团公司做广告？

答：您好，公司官方商城卖的产品都是上市公司的产品。

23、公司一直说投资时尚产业，但是针纺业务已经占到总业务的40%，请问这和公司的初衷一样吗，公司是想进军针纺业吗。

答：针纺是公司主业的一部分，核心出售七匹狼品牌的男士内衣及周边产品。这和我们投资时尚产业不矛盾。针纺公司会按照其战略扩张，如有合适机会，也不排除对外扩张。公司投资时尚产业初衷并没有改变，未来仍将持续关注新的投资机会。

24、公司数字化战略转型有清晰的目标吗？曾经对比过公司线上线下产品价格，实体店明显没有优势，未来如何规划线上线下渠道业务？谢谢

答：公司数字化战略的核心是将日常流程系统化，将零散数据整体化，将公司从产品研发到消费者反馈形成一个数据闭环，给公司决策提供更有依据的依据。目前线上线下有融合趋势，特别是疫情加大了这种融合。目前以店铺为基础，利用小程序、微信群、直播等社群营销成为店铺销售的重要补充。

25、七匹狼今年订货会情况如何？

答：目前订货会和之前有所区别，除了一年两次订货会以外，公司还有若干的补单会等，同时为了扶植经销商，每年会有不等的政策。公司订货情况正常，具体数据会反映在后续的定期报告中。

26、公司是否考虑像安踏一样多品牌运做，把集团的与狼共舞男装，马克华菲男装，七匹狼皮具公司，kL 等服装共同装进上市公司，打造时尚巨无霸。同时，前海保险盈利了吗？

答：前海再保险实现了盈利。多品牌公司一直是我们发展的目标，KL 本来就是上市公司的资产。至于您说的其他品牌，除了皮具以外，另外两家并非集团资产。皮具是否并入上市公司，我们会认真思考可行性。感谢您的建议。

27、七匹狼的代言人有点太久远了，建议更换一个当红的，提高品牌形象，有利于提高销量

答：谢谢！公司会从多角度考虑寻找适合公司品牌的代言人。

28、你好，国人生活条件越来越好，开始注重户外运动，公司在运动鞋帽 衣服等方面有何布局

答：您好，公司电商平台有经营户外运动系列的产品，谢谢关注！

29、关于分红公司多年每股分红一毛钱，公司账面大量资金，既不用于扩大生产，也不用于并购优质资产，更不用于向股东分红，这种分红政策的依据在哪里？

答：您好，为进一步增强现金分红的透明度，完善和健全公司分红决策和监督机制，保持利润分配政策的连续性和稳定性，保护投资者的合法权益，便于投资者形成稳定的回报预期，同时，为强化公司回报股东的意识，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，根据中国证券监督管理委员会发布的《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等文件精神，结合公司实际情况，公司至少每三年提交股东大会审议一次分红回报规划，并在分红回报规划的原则下确定相应年度的分配方案并提交年度股东大会审议，相关决策程序和机制完备。公司接受所有股东、独立董事和监事对公司分红的建议和监督。谢谢！

30、市场融资 25.8525 亿 贵司七匹狼从上市到现在,合计从市场融资 25.8525 亿, 现在市值合计 42 亿, 上市到现在一点价值都没创造。请问如何回报中小股东?

答: 您好, 二级市场股价跟多种因素相关。公司管理层一直致力于提高公司业绩, 以良好的业绩回报投资者。自公司上市以来, 除了 2008 年仅实施资本公积金转增股本以外, 公司每年均进行了现金分红, 积极回报全体股东。谢谢!

31、希望上市公司提高分红比例, 更多地让利于支持公司的广大股东, 创造更好的市场声誉!

答: 感谢您的建议。暂以截至 2020 年度报告披露日公司总股本 755,670,000 股扣除公司回购专户上已回购股份 36,853,963 股后的总股本 718,816,037 股测算, 公司 2020 年度现金分红总额(含回购股份方式金额 1.41 亿元)约 2.12 亿元, 占合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润的比率达 101.75%。截至 2021 年 3 月 31 日, 公司回购股份的金额达到 2.04 亿元。未来, 公司将继续在分红回报规划的框架下执行分红事项, 积极回报广大股东。

32、关于市值和回购 公司股票价格长期破净, 公司能否加快回购速度, 尽快完成 3 亿元的回购; 此外能否加大回购力度, 多回购一些; 最后回购的股票能否用于注销。

答: 感谢您的建议, 公司将在每个月的前三个交易日内披露截至上月末的回购进展情况, 回购股份占上市公司总股本的比例每增加 1%将在事实发生之日起三日内予以披露。公司将结合公司情况进行讨论, 若回购有进一步的安排, 公司将及时履行审议程序并公告。请持续关注公司的相关公告。

33、于市值管理 关于公司业务近期发展公司是第一批上市的服装公司, 目前市值不到 50 亿元, 这同你们董事长 1000 亿元市值愿景差距较大? 公司如

何较好的通过业绩发展，提升市值，让小股东享受改革的红利。

答：公司在未来的发展中将持续推进“七匹狼”商业模式改革，不断调整优化新零售形势下公司的具体经营方略，建立以“消费者需求”为导向的供应机制，深入维护品牌美誉度，通过渠道、产品、供应链重塑，推动销售收入稳步提升；另一方面，着力整合时尚消费行业的优秀资源，搭建时尚消费投资平台，通过投资参与新的发展机会，不断增强公司竞争力，巩固市场地位，保障公司更好更快的发展，提升投资者对公司的投资积极性。谢谢！

34、请问董事长如何看待贵公司上市公司定位服装加投资但是资金长期存放集团财务理财吃利息，而集团公司却投资成功十七家上市股权，控制人相同，涉及到利益的时候似乎很难做到独立决策，贵公司是否有更加重视上市公司投资者利益改变这种局面的想法？做大做强上市公司其实从长远发展大局来看应该更有利于控制股东的利益。

答：因为外部环境的变更致使募集资金项目进行改变，从而帐上有部分剩余资金。在相关资金用于投资前，公司将相关资金用于稳健理财。集团并没有占用上市公司资金，这个部分会计师每年也会出具专门的报告。关于公司投资，上市公司目前仍希望将投资重点放在时尚产业领域，这两年我们更多的重点放在如何改善卡尔的经营。谢谢您对于七匹狼的关注。

35、七匹狼集团持有的上市公司股权质押比例较高，周总可否协调偿还相关贷款，降低股权质押融资比例，谢谢。

答：经了解，集团财务情况正常，股权质押为集团进行融资的正常手段，相关措施风险可控。谢谢。

36、公司产品里面新疆棉花使用量，如何？

答：您好，七匹狼产品的原材料中一直优先使用中国棉产区出产的优质棉花，在未来也会继续采购和使用中国棉用于生产制造我们的产品，给予更多的消费者舒适体验。

37、如何减少集团负面消息给上市公司带来的负面消息 近期媒体报道，七匹狼等多家福建品牌鞋子因质量不合格被点名。鉴于该品牌非上市公司资产，未来如何解决该类问题？

答：公司已成立专项调查处理小组，并在未来的生产经营过程中不定期对公司产品进行内部调查，对生产厂商、经销商、新型材料纤维成分、产品质量标识等进行规范管理，公司也将承担企业应有的责任，启动各项改进工作。公司诚恳接受大家的批评和监督。

38、请问公司如何解决围巾产品质量问题，此外非上市鞋业公司出现质量问题，影响七匹狼声誉，如何根除？

答：经过我们调查，围巾问题属于“商标标识不准确”，即产品成分中使用了不符合规范表述的”波斯纶“从而导致实际检测成分与标识不符，后续我们将规范产品标识，避免相应的再次发生。非上市鞋业公司出现质量问题，我们后续将加强联系，建立产品标准，避免相应事宜再次发生。

39、作为夹克之王，如何提升衣服产品质量?我一直在体验公司产品，拉链品质值得商榷，曾经一件羽绒服，开包试拉就夹布。

答：您好，非常抱歉，如果您有相关质量问题，请随时与我们的客服联系，我们将在第一时间为您解决。一直以来，公司都对产品质量有着极高的要求。公司既重视研发投入，紧随市场发展趋势、聘任国内外优秀设计师适时开发符合市场需求的新产品，同时不断优化科学化、体系化的生产质量体系，确保产品品质。未来，公司将继续在产品质量上下功夫，不断提高质量标准，采用优质面辅料，加强产品抽检，为消费者提供高品质服装产品。

40、能不能把上市公司的钱从集团公司要回来？不要侵占上市公司的利益？

答：您好，感谢对七匹狼的关注，集团没有非经营性占用上市公司的资金，详细可见会计师出具的《非经营性资金占用及其他关联资金往来情况的专项说明》。

41、为什么好的项目、赚钱的都是集团的？亏损的和背黑锅的，都是上市公司的？这不是损害广大股东的利益吗？七匹狼如此的股价，对得起我们广大股东吗？

答：您好，上市公司和大股东在业务、人员等方面相互独立，两者的发展战略和方向有所不同，不存在损害广大投资者利益的情形。

42、1. 上市公司与集团公司关系问题：是控股子公司还是全资子公司？为什么上市公司只能聚焦男装？是服从集团公司利益需要吗？集团公司已有业务，上市公司不得涉及？ 2. 那么多现金去理财，几年来一直如此，为什么公司的经营这么懈怠？真的找不到好项目？这是不是糊弄小股东。

答：1、集团公司是上市公司的控股股东，上市公司自上市以来一直聚焦服装业务。2、公司不放弃产业投资，但目前的产业投资，不仅仅是收购资金的问题，更多的还有人力资源和后端管理能力的问题，公司这两年的重点在提升卡尔的运营能力。如投资进度致使公司有剩余资金，相关资金将用于投资理财。

43、七匹狼集团大量的非上市公司资产使用同一品牌与 LOGO 形象，比如皮带鞋子，烟，皮鞋等，利益不能共享但是你们又搞到网上一起来卖，但是其它非上市公司服装品牌产生的质量问题负面效应时，肯定会对上市公司品牌形象形成损害，对上市公司股东构成利益损害，这即不符合上市公司利益，也不利于整个集团的整体形象与利益，集团给外界很不好的印象，有无解决这种品牌 LOGO 乱象的方案？有无整合同一品牌 LOGO 下资产的打算？

答：我们将加强与经营方的管理和沟通，制定统一的品牌和产品标准，避免其损害七匹狼的美誉度。至于整合问题，多谢您的提醒，我们会认真探讨此事的可能性。谢谢。

44、2017 年，公司收购了法国轻奢时尚品牌 Karl Lagerfeld 品牌的中国运营权。2020 年，Karl Lagerfeld 品牌销售收入增长 63.04%，亏损减少 1030 万（2019 年亏损 3248 万），其 2019 年推出的男装系列已实现盈利。请公司

介绍对 Karl Lagerfeld 品牌的发展计划。

答：卡尔自收购以来一直是我们发展的重点。经过这几年的逐步摸索，我们不断探索发展之路。我们希望建立“卡尔”平台，有效地吸引优质的产品人才，灵活采用股权等多种合作模式，建立有效的供应链和产品体系，改变过去卡尔没有供应链产品单一的特点，提升品牌和经营的效率。

45、老佛爷收购两年了，一直没盈利有何作为？

答：感谢您的关注。自 KL 交割以来，公司持续推动“Karl Lagerfeld”的优化调整。在实施降费增效措施的同时，加强渠道拓展，一方面坚守品牌定位锁定优质渠道，优化线下门店运营；一方面组建电商团队，布局线上渠道，开通微信小程序、天猫旗舰店，通过直播引流、促销推广等方式建设线上销售平台。即使受到疫情影响，“Karl Lagerfeld”2020 年度的业绩比 2019 年呈现好转，品牌销售收入增长 63.04%，亏损减少 1030 万（2019 年亏损 3248 万）。其中 2019 年冬开始上线的“Karl Lagerfeld”男装已实现盈利，成效良好。未来，公司将继续深化品牌运作，吸引更多优秀管理人才进行合作，不断深化产品的广度和深度，促进“Karl Lagerfeld”品牌的稳步发展。

46、Karl Lagerfeld 是公司的子公司吧？公司又不缺钱为什么加大投资把女装做成公司这样的国内一线品牌女装？比喻上央视打广告？

答：你好，公司于 2017 年投资了“Karl Lagerfeld”，涉足国际轻奢服装领域。该品牌为高品质轻奢时尚经典风格，致力于为消费者提供最前沿的时尚体验。随着人才团队的引进，Karl Lagerfeld 品牌在原有女装产品基础上推出男装系列，丰富了产品结构。2020 年，Karl Lagerfeld 品牌加大在新媒体平台的宣传，建立微博、微信、小红书等官方账号，完善自媒体规划统一整体视觉和宣传内容，通过多形式多活动增加粉丝规模，并通过明星和 KOL 内容持续输出，增加品牌曝光。后续，公司将继续有效推进卡尔拉格斐品牌的运营和推广，通过多种方式焕发“Karl Lagerfeld”品牌生命力。

以上为公司本次 2020 年度网上业绩说明会的代表性问题，其余问题和回复详见全景网（<https://rs.p5w.net/>）。

附件清单（如有）	无
日期	2021年4月16日