

证券代码：002780

证券简称：三夫户外

北京三夫户外用品股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2022-005 号

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
参与单位名称及人员姓名	个人投资者及其他专业人士
时间	2022 年 5 月 20 日 15:00-16:30
地点	价值在线 (https://www.ir-online.com.cn/)
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：张恒 独立董事：苟娟琼 财务总监：罗向杰 董事会秘书：秦亚敏
投资者关系活动主要内容介绍	<p>2022 年 5 月 20 日 15:00-16:30，公司在价值在线举办了 2021 年度业绩说明会。本次业绩说明会具体问题记录如下：</p> <p>1. 请问公司什么时候落地品牌代言人的签约？</p> <p>答：您好，公司应该在秋冬季节签订品牌代言人。谢谢！</p> <p>2. 请问公司有下一步的并购重组计划或打算吗？</p> <p>答：您好，公司只围绕核心战略业务进行投资或并购，目前没有并购重组计划。谢谢！</p> <p>3. 是否方便透露露营产品销售占整体销售的比重？Xbionic 今年销售怎么样？未来新开店是怎么规划的？谢谢！</p> <p>答：您好，近期露营产品持续呈现旺销态势，五一小长假期间，部分门店露营产品销售呈现 3 倍以上增长；X-BIONIC 是公司近 2-3 年重点发力的品牌，今年计划开设 1-2 家旗舰店，公司已经聘请了国际知名零售设计团队，联手设计品牌形象旗舰店，目前设计方案已经基本完成。旗舰店将会代表 X-BIONIC 的品牌形象，是对品牌市场定位的一种宣示。在商场、购物中心开设 4-5 家品牌店，条件成熟就会开设。开设 4-5 家以销售 X-BIONIC 品牌产品为主的滑雪店，目前成都融创雪世界店已经开始营业，X-BIONIC 产品和门店设计风格都受到了当地消费者和滑雪爱好者的的好评，也会继续在三夫体系多品牌连锁店中开设和升级改造 X-BIONIC 专区。整体销售情况还请关注公司的定期报告，谢谢。</p> <p>4. 请问人民币大幅贬值对公司的影响是什么？</p>



答:您好,公司代理进口国外品牌付汇主要涉及欧元及美元,今年以来,人民币对欧元处于升值,对美元处于小幅贬值,人民币贬值会对公司进口品牌成本产生一定影响,进而影响毛利率,目前人民币对美元小幅贬值对公司基本没有影响,人民币对欧元升值使公司毛利率上升。公司会持续做好汇率对冲措施,降低汇率变动风险。谢谢!

5. 对于 xb 的中外层产品,瑞士 xb 公司在全球市场营销方面有什么支持计划吗? 目前有下单吗?

答:您好,瑞士总部在中外层产品设计研发上和中国团队密切合作。总部根据全球代理客户需要,提出了一定的采购需求,但因为中外层多款新产品处于持续研发设计生产阶段,目前只供应中国市场,待进一步稳定后会启动供应国际市场。谢谢!

6. 请问 xb 主打滑雪,那夏天这种天气,现在有对应的款式吗?

答:您好,X-BIONIC 有丰富的适合夏季销售的产品,包括各类科技功能 T 恤、功能长短裤、风衣、夹克等产品,涵盖户外、露营、跑步、健身、瑜伽、通勤等各类场景。谢谢!

7. 贵司近 3 个会计年度的归母净利润都是亏损状态,公司高层对此有何对策?

答:您好,聚焦做好运动黑科技 X-BIONIC 品牌的设计研发运营推广,彻底改善公司盈利能力。近期抓好露营产品销售热点,并提前为秋冬滑雪市场做好产品、渠道、营销各方面准备。谢谢!

8. 请问,可否突出产品的科技性进行营销并设计,做好一个领域就足够好了

答:您好,X-BIONIC 品牌定位运动黑科技,全面围绕科技功能提升运动表现展开设计研发和营销。因为要四季经营,要在商场开综合店铺,所以不会单独聚焦在某一个运动类别,而是会全品类经营。谢谢!

9. 去年 Q2-Q4 季度在持续亏损,去年冬奥会的举办,都没能让公司的利润呈正增长的状态,是什么原因引起的?如何改变这种经营状态?

答:您好,公司去年的亏损主要原因是大幅增加了所收购 X-BIONIC 品牌及其他自有品牌的营销投入,同时基于谨慎性原则,计提存货跌价准备、固定资产减值准备及冲回递延所得税资产对利润有较大影响。因为公司 2021 年 11 月刚刚完成 X-BIONIC 品牌 IP 收购,虽然去年冬奥,但产品研发生产和营销都没有展开。随着高毛利率 X-BIONIC 品牌销售收入的大幅增长,公司利润将持续向好。谢谢!

10. 请问攀山鼠的利润归三夫吗?感觉攀山鼠网店的潮流感比 xb 天猫好多了

答:您好,三夫户外旗下全资子公司北京旅行鼠是瑞典攀山鼠(KLATTERMUSEN)品牌中国区独家总代理,该品牌在中国区经营利润归属三夫。攀山鼠品牌是时下流行的山系生活风格的典范之作,公司正在加大对该品牌的运营推广。谢谢!

11. 截止 5 月 Xbionic 销售同比情况如何?该品牌在被贵公司收购后,相关产品



在国内市场和国外市场销售占比如何？除了签约代言人，今年在品牌营销上有什么具体计划？

答：您好，X-BIONIC 销售去年今年均保持较高增长，增长率同比超过 100%。除品牌代言人，公司聘请国际顶级零售形象设计公司，正在设计品牌旗舰店，今年秋冬季前将在北京高端商业体落地首家 X-BIONIC 旗舰店铺。冰雪市场是 X-BIONIC 的强项市场，目前在产品、渠道、营销等各方面全力准备。谢谢！

12. 张总您好，年初去过你们上海三夫户外实体店观摩，给我的感受是店面布局比较专业，但是员工对专业装备的知识储备不够扎实，不能很好的向客户提供更好的技术支持。其次 xbionic 品牌做为主推的项目，在店里的展位放置的不够明显，我第一次居然没有找到，后通过店员带路才得以看见。希望能够得以改进，让客户有更好的体验。

答：您好，感谢您的建议，我们将加强员工的培训学习。上海万体店的 X-BIONIC 专区已经做好设计扩建重装计划，会在疫情过后执行。谢谢！

13. 是否有针对股东的产品优惠方案，或者新产品体验优先权？

答：您好，公司会进一步研究完善股东回报机制，在适当的时机选择适当的方式回馈股东。谢谢！

14. 张总，你好！公司会否有并购重组的可能？

答：您好，公司只围绕核心战略业务进行投资或并购，目前没有并购重组计划。谢谢！

15. 张总，你好！公司露营产品的毛利率大概会有多少？前四个月占公司销售总额的比例是多少？

答：您好，公司露营产品的毛利率在 40%以上，正常情况下装备销售占比约 20%左右，近期露营产品销量大增，在有些店铺占比达到 50%左右。谢谢！

16. 张总好 请问 x 的贴身层有没有公司自己国内生产的可能

答：您好，瑞士总部提供了生产工艺和材料供应，能够在国内生产。但为保持 X-BIONIC 品牌的高品质、高性能，目前 X-BIONIC 运动功能贴身层保持在欧洲（意大利）原产。谢谢！

17. 贵司去年收购了瑞士黑科技功能运动品牌“X-BIONIC”、“X-SOCKS”，该品牌的加入，给公司带来的增量有多少？

答：您好，致力于 X-BIONIC 品牌的研发、生产及销售是公司重要的发展战略，公司 X-BIONIC 品牌 2021 年实现营业收入 9,265.21 万元，2022 年一季度销售额同比增长 166%。随着公司对 X-BIONIC 品牌的研发、生产及销售逐步深入开展，X-BIONIC 品牌销售额会继续大幅增长，同时 X-BIONIC 品牌毛利率较高，对公司利润方面贡献显著。谢谢！

18. 抖音的 x-bionic 直播为什么停了这么久也没有重启？为什么不考虑搞一个户外用品直播卖货，包含水壶 水桶 桌椅 炉灶 帐篷 天幕等一系列产品



的？

答：您好，“X-BIONIC”直播正在进行调整，后续会以新的形象进行产品直播展示。抖音号“三夫户外专营店”有户外装备的展示和直播，请您关注。谢谢！

19. 可以在你们户外营地搞直播卖货啊 多有力！

答：您好，感谢您的建议，我们启动起来，在 Sanfo Hood 营地做直播。谢谢！

20. 去年冬奥会和公司合作了哪些品牌？冬奥会的热度给公司带来多大的效益？

答：您好，公司在冰雪方面主推 X-BIONIC 品牌，同时代理经销 Reusch 专业滑雪手套、Crispi、Mystery Ranch、Danner、Lasportiva 等品牌。冬奥对冰雪运动是长期推动效应，尽管有疫情影响，近几年冰雪运动参与人数、滑雪服装和装备销售都大幅增长，公司已经在北京西山滑雪场店、南山滑雪场店、吉林北大湖、松花湖滑雪场等开有多个滑雪店，今后会继续加强在冰雪市场的拓展。谢谢！

21. 通过三夫手机商城我知道了狼爪等品牌，可我却却在狼爪北面京东或天猫自己的官方旗舰店购买，其实作为股民真的想在三夫买的，这种情况公司怎么提高自身呢？

答：您好，公司线上重点经营 X-BIONIC、Crispi、Mystery Ranch、Danner、Lasportiva 等品牌店铺，线下在多个城市开有综合户外店、X-BIONIC 品牌店、滑雪店等，欢迎惠顾。谢谢！

22. 贵公司的研发费用用于研发什么？

答：您好，公司的研发费用用于 X-BIONIC 等自有品牌产品设计研发，根据不同户外运动特点需要开发更多优秀产品，涵盖户外、露营、跑步、健身、瑜伽、通勤等各类场景。谢谢！

23. 作为零售型企业，公司目前的营销模式是怎么样的？各模式的去年的销售额有多少？

答：您好，公司目前的营销模式主要有线下门店销售（21 年销售收入约为 2.8 亿元）、线上电商销售（21 年销售收入约为 1.7 亿元）、大客户团购销售（21 年销售收入约为 3,700 万元）、赛事及团建、亲子户外乐园等户外服务销售（21 年销售收入约为 6,400 万元）。谢谢！

24. 很看好张总对青少年户外体育方面的布局。从国家的大方向、双减政策和体育课比重提升来看，这一领域很有潜力，美国的童子军活动规模非常大，就像露营一样突然一下就火了，希望能够成功！

答：您好，感谢您对公司的认可与建议，谢谢！

25. 受疫情等多种因素影响，户外露营大热，公司是否有开发户外款式，销售情况如何？是否受此影响销售大幅提升？

答：您好，近期露营产品持续呈现旺销态势，公司部分门店扩大了露营装备区，得到了很好的业绩反馈。五一小长假期间，部分门店露营产品销售呈现



	<p>3倍以上增长；公司从2020年开始 Sanfo Hood 野奢营地建设运营，目前已经在北京、三亚、成都、南京四地运营六个帐篷营地，受到了当地露营群体的喜爱和好评，后续还会在不同城市继续呈现风格各异的帐篷营地。公司独家代理的瑞典精致登山装备品牌攀山鼠被业界成为山系品牌的典范，将城市时尚与户外功能相结合，非常适合露营穿着，是露营爱好者的必备衣物。公司会持续关注露营的发展情况，不断调整产品结构，抓住露营热潮的发展契机。谢谢！</p> <p>26. 疫情之下，线下活动基本被暂停，公司的线下赛事及团建业务受众群体小众，未来还要继续发展么？</p> <p>答：您好，疫情后户外赛事、团建业务会恢复开展。谢谢！</p> <p>27. 董秘好，请问公司五一的销售额情况怎么样？线上业务开展如何？</p> <p>答：您好，五一期间露营产品持续热销，有显著增长，其他户外产品销售正常。目前线上业务开展顺利，在与各电商平台加强合作，为即将到来的 618 活动做准备。疫情期间，微信小程序、抖音线上店等都在积极运营。谢谢！</p> <p>28. 贵司的线上渠道的粉丝量会不会有点太低了？有何推广策略？</p> <p>答：您好，公司线上重点经营 X-BIONIC、Crispi、Mystery Ranch、Danner、Lasportiva 等品牌店铺，正在与各电商平台加强合作，持续推动线上渠道建设。谢谢！</p> <p>29. 尊敬的董事长，今年有没有新的并购或收购计划？提高公司的业务增长点。</p> <p>答：您好，公司只围绕核心战略业务进行投资或并购，目前没有并购重组计划。谢谢！</p>
附件清单	无
日期	2022 年 5 月 20 日