

证券代码：003016

证券简称：欣贺股份

欣贺股份有限公司  
投资者关系活动记录表

编号：2022-003

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	东北证券、华西证券、中信建投证券、长江证券
时间	2022年8月31日至2022年9月1日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	副总经理兼董事会秘书朱晓峰先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、公司基本情况</b></p> <p>欣贺股份深耕中高端女装领域 30 余年，专注于国内中高端女装的设计、生产和销售，发展至今已拥有完整的产业链条和显著的品牌优势。目前，欣贺股份拥有 JORYA、JORYA weekend、ANMANI（恩曼琳）、GIVH SHYH、CAROLINE、AIVEI 等七个自主女装品牌，公司目前仍保持以自营为主、经销为补充的销售模式，电子商务业务主要销售渠道仍以天猫、唯品会等头部电商平台为主，积极布局抖音、腾讯智慧零售等新兴渠道。公司已建立了一支以实际控制人孙瑞鸿先生为核心的超过 400 人的专业化、高素质设计团队，2022 年上半年研发费用投入 3605.66 万元，同比增长 11%。</p> <p><b>二、2022 年上半年度经营情况</b></p> <p>2022 年上半年度，面对宏观经济严峻复杂的变化，公司及管理层积极稳中求变，重新确认了“让中国时尚引领世界”的企业使命。在专注于高端女装的生产经营外，公司持续推进企业信息化、智能化的深化改革，不断提高管理水平、运营质量和数据化分析能力，紧抓消</p>

费市场变化节奏，及时调整公司经营策略和拓展方针，积极拓展优质店铺，优化低质店铺，坚持差异化品牌定位，提升产品深度及宽度，深度挖掘消费者潜力，以期进一步激发公司内生动力。

2022 年上半年度，公司实现营业收入 8.98 亿元，同比下降 14%；净利润 0.99 亿元，同比下降 48%。自营渠道收入 6 亿，占比 67%，同比下降 19%；经销收入 4000 万，占比 4%，同比下降 22%；电子商务收入 2.32 亿，占比 26%，同比占比提升了 3.87 个百分点，较 2020 年同期占比提升 4.25%。

### 三、存货变化情况

2021 年以来，公司持续推进信息化、数字化建设改革，建设智能数字供应链，目前公司智能仓储物流中心已保持行业较高水平。

2022 年上半年度，公司依托智能化的生产及物流配送中心，通过应用大量机器人解决方案、智能化整合 ERP 系统、全渠道库存管理模式，司及管理层紧盯市场变化积极调整策略，持续投入及升级智能化、自动化设备，持续打造柔性供应链，精准把控生产经营费用，缓冲外部压力影响，公司女装存货余额同比下降 7.70%，周转天数为 364，同比下降 32 天。

### 四、股份回购情况

2022 年 3 月 4 日召开了第四届董事会第十六次会议，审议通过了《关于回购公司股份方案的议案》，截至 2022 年 8 月 31 日，公司通过股份回购证券专用账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份 9,150,000 股，占公司目前总股本的 2.12%，最高成交价为 9.69 元/股，最低成交价为 7.86 元/股，累计成交总金额为 8,024.92 万元（不含交易费用）。本次回购的股份将用于员工持股计划或股权激励，目前公司本次回购计划仍在实施中。

### 五、未来渠道运营规划

2022 年上半年度，公司在除西藏以外的全国各省、直辖市以及台湾、澳门拥有门店共计 491 家，其中自营门店 405 家，经销门店 86 家。

面对外部环境影响，2022 年上半年度，公司积极调整渠道运营策略，提升精细化运营管理能力，积极拓展电子商务业务，有计划的实现了线上渠道的全面覆盖。未来，在电子商务业务方面，公司将在稳定现有收入的

	情况下，积极开拓新兴线上渠道增长点，携手腾讯智慧零售通过搭建集企业微信导购助手、微商城、公众号、视频号和会员管理系统为一体的全流程一站式数字化营销体系，有效解决营销获客、客户留存与转化和销售管理等难题，积极探索私域流量。
日期	2022年9月2日