

证券代码：002154

证券简称：报喜鸟

报喜鸟控股股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20230602

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 checked="" 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	国寿养老 崔恒旭 安联投资 吴珮莹
时间	2023年6月2日 13:30-17:00
地点	浙江省温州市永嘉县瓯北镇和田报喜鸟工业园区
上市公司接待 人员姓名	谢海静
投资者关系活 动主要内容 介绍	投资者提问及回复 1、为什么公司这几年会比同行业发展更好？ 公司成功实施多品牌战略，建立良好的多品牌矩阵，成熟品牌哈吉斯和宝鸟实现快速发展，报喜鸟品牌成功实现年轻化转型，稳健发展，且三大成熟品牌发展较为均衡；成功培育乐飞叶、恺米切为成长品牌，进入快速发展；各品牌根据品牌发展阶段分别实施相应的经营策略，不断加强产品力、渠道力、品牌力、运营力的提升，夯实各品牌市场基础，实现了稳健发展、增速行业领先。其次，公司坚持平台+品牌组织结构的优势，品牌端做产品研发、品牌推广、供应链管理和后台支持等工作，销售平台通过线下店铺、电商、新零售等渠道进行渠道拓展管理和产品销售，扁平化组织管理架构有效提高运营效率。坚持线上线下全渠道、公域私域有机结合的渠道策略，线下推行大店计划+渠道下沉策略，线上结合多元化模式建立电商+新零售+直播多平台矩阵，保持线下渠

道为核心渠道的基础上，顺应线上新兴渠道的发展并实现快速适应和良好发展；团购品牌坚持直营为主，代理商、大客户为辅，三驾马车均衡发展，并持续加大集团大客户的开拓，较大订单数量占比提升。

2、公司经营策略是怎样的？

公司坚持以服装为主业，实施多品牌、全渠道发展，坚持成熟品牌稳健发展、成长品牌快速健康发展、培育品牌小步快走的经营策略。各品牌通过持续推进产品力、渠道力、品牌力、运营力的提升，产品方面，公司持续加大研发投入进行产品创新和升级，不断满足消费者日益多元化的消费需求，公司于去年推出全新运动西服系列，采用轻量零压工艺，更具舒适、易搭配、易打理，适用于会议、商旅、休闲等多场景，自上市以来销售情况良好；品牌建设方面，对品牌 VI 进行视觉升级、聘请代言人、深入小红书、抖音、B 站、微博等社交平台的运用吸引年轻消费群体；渠道建设不断迭代升级，升级终端店铺形象，实施大店计划提升品牌形象和单店业绩；运营管理方面，坚持“以创新者为先、奋斗者为本”的核心价值观，通过数字化转型升级、多元的激励机制，促进公司实现高质量、稳定性、可持续发展。

3、公司 4、5 月终端零售恢复如何？

随着各终端门店恢复正常经营，终端零售恢复较好，以及上年同期低基数的影响，四五月终端零售同比增速快于一季度，但终端零售并不能完全等同于财务收入，因为买断加盟商是以发货确认收入，不是以加盟商终端实现零售来确认。

4、报喜鸟西服主要定位是商务和婚庆吗？

报喜鸟品牌坚持西服第一品牌战略，在商务、婚庆西服的基础上，不断推陈出新，推出轻正装、运动西服等新品类，适应消费者着装休闲化、时尚化、年轻化的需求，启用全新品牌代言人、升级第十代终端形象、加强购物中心和时尚百

货的进驻等，报喜鸟在众多传统商务男装品牌中率先实现品牌年轻化、时尚化的转型升级，30岁以下消费者占比提升了10%以上。其中公司于去年推出的全新运动西服系列，采用轻量零压工艺，更具舒适、易搭配、易打理，适用于会议、商旅、休闲等多场景，自上市以来销售情况良好。

5、运动、休闲类的西服占比多少？运动、休闲类西服较传统西服比增速如何？

目前报喜鸟西服品类中，运动西服等休闲西服销售数量、销售金额占比均有效提升。运动西服等休闲西服增速快于传统西服。

6、哈吉斯、报喜鸟今年开店计划是怎样的？

过去三年，哈吉斯每年新开店数（不含闭店）约为15%，报喜鸟每年新开店数（不含闭店）约为10%，今年继续保持稳健的开店速度。

7、今年大店计划如何？

公司坚持线上线下全渠道、公域私域有机结合的渠道策略，线下渠道推行大店计划+渠道下沉策略，计划通过新拓、扩店增加渠道数量和渠道面积，通过提升单店业绩规模，促进整体销售规模的提升。

8、计划新开店中加盟和直营的结构是怎么样的？

各品牌直营和加盟渠道同步推进，保持直营渠道稳健开店速度的基础上，加快加盟渠道的拓展。

9、加盟条件有变化吗？

公司保持稳定的加盟政策，加盟政策未发生重大变化，公司坚持选择有实力有资源有管理能力的加盟商择优合作。

10、公司通过哪些方式促进业绩增长呢？

公司坚持服装为主业，实施多品牌、全渠道发展，实施成熟品牌稳健发展、成长品牌快速健康发展、培育品牌小步快走的经营策略。各品牌围绕品牌力、产品力、渠道力、运

营力不断夯实各品牌市场基础，各品牌通过加强商品企划、产品研发、增加产品品类和货品管理提升产品适销性，通过渠道升级、控制终端销售折扣、加强会员销售管理、数字化营销、销售激励等方式提升店效，加强渠道拓展增加渠道规模，提升终端店铺形象、加强品牌推广、开展营销活动等方式不断提升品牌形象和影响力，努力实现业绩的增长。

11、今年的营销投入会加大吗？

公司营销费用主要为职工薪酬、装修费用、商场扣点、品牌推广和品牌使用费等，部分费用较为刚性，部分费用和销售情况成正相关。今年公司将继续增加对成熟品牌、成长品牌的营销投入，主要通过加强渠道拓展、品牌推广、数字化项目等方面的投入，特别是大店计划和渠道下沉的深入推进，促进公司高质量、稳定性、可持续发展。

12、哈吉斯今年的产品结构有何变化？

适当提升运动系列占比，运动系列围绕网球和滑雪运动场景开发产品。

13、今年产品的价格有提升吗？折扣有没有变化？客单价有何变化？

公司产品价格平稳，折扣控制良好，客单价保持平稳。

14、各品牌产品策略是怎样的？

公司各品牌产品定位为中高端品牌服装细分市场，如报喜鸟品牌主要为西服、商务休闲产品，哈吉斯品牌主要为英伦休闲装，乐飞叶品牌主要为户外休闲装，恺米切品牌为专业衬衫品牌等，各品牌根据品牌定位独立研发相关产品和品类，坚持在各品牌调性的基础上持续加大研发投入进行产品创新和升级，取得良好的经营效果。特别是报喜鸟品牌创新推出运动西服，采用轻量零压工艺，通过无肩、无里、无衬的工艺技术，使用富有弹力、抗皱、透气、防污、防水等高性能面料，更具舒适、易搭配、易打理，适用于会议、商旅、

休闲等多场景，自推出以来销售情况较好。

15、公司怎么看待消费降级？

外部环境的变化一定程度影响着消费者的消费能力，既有消费降级，也有消费升级。公司各品牌定位中高端品牌，一定程度满足了奢侈品高端消费者的消费降级需求。从中长期看，消费者对美好生活的向往是永恒的，选择知名品牌和优质产品是消费者所向往的，作为中高端服装民族品牌，公司将继续为国民提供优质产品和服务，为美好生活添砖加瓦。

16、老客复购和新客购买哪个占比较高？

会员销售占比较高。

17、公司库存情况如何？库存结构怎么样？

2023 年第一季度公司营业收入 12.9 亿元，同比增长 11.5%；截止 2023 年第一季度末，公司存货为 10.76 亿元，较期初减少了 8.76%，处于收入增长、存货下降的良性循环。同时，各品牌通过加强商品企划、产品研发和货品管理提升产品适销性，通过渠道升级、加强会员销售管理、数字化营销、品牌推广、销售激励、开展营销活动等方式促进销售，努力提升产销率，优化库存结构。目前公司 2 年以内存货占比 80%以上，库存结构较为健康。

18、公司对存货周转率有考核吗？

公司对各品牌产销率（售罄率）进行考核。

19、品牌推广费会加大吗？

过去三年，公司品牌推广投入呈现小幅增长，公司将持续保持品牌推广活动稳健投入。

20、品牌代言人方面有什么新计划？

目前只有报喜鸟品牌有长期代言人，聘请了张若昀作为代言人，并根据产品推广需求邀请脱口秀演员庞博作为运动西服推荐官，其他品牌通过短期明星授权、广告植入等方式进行营销推广活动，提升消费者对各品牌产品的关注度。

21、宝鸟职业服发展如何？

过去三年宝鸟实现了 20%以上的复合增速，公司将继续努力争取实现稳健发展。

22、其他品牌发展规划怎样？

公司通过考核各品牌的规模、利润、同店增长、产销率等指标促进各品牌实现稳定的增长，并通过实施超额利润奖激励团队努力实现收入和利润的增长。

23、利润增长奖的标准是多少？

各考核单位以近三年内实现的最高利润为基数，根据当年实现利润同比最高利润基数有增长的部分计提一定比例进行员工超额激励。

24、乐飞叶、恺米切今年开店计划？

乐飞叶今年以针对老店进行业绩提升计划为主，新拓店铺为辅，目前乐飞叶终端零售增长速度最快；公司于去年完成对恺米切品牌的收购，今年努力加快开店速度。

25、公司对各品牌负责人进行考核吗？

公司对各事业部进行考核，事业部考核结果决定了该事业部负责人、下属部门以及部门员工的考核等级。

26、哈吉斯线上线下的运营模式是怎么样的？线上线下是一盘货吗？

线上业务方面，已在天猫、京东、唯品会等国内知名电商平台均开设了品牌官方旗舰店，开拓微信小程序、小红书、抖音、视频号等新兴渠道，并积极探索线上新模式、新玩法，努力提升线上销售规模。

线下业务方面，已在全国核心城市和商圈开设哈吉斯品牌店铺 400 多家，直营为主、加盟为辅，主要渠道为购物中心和时尚百货、精品百货等。

线上货品包括线下正价同款新品、电商专供款、奥莱款等。

	<p>27、各个库龄结构的产品折扣是如何的呢？</p> <p>正价新品平均折扣一般保持 8 折以上；老货根据年份、产销率等因素综合制定相应的折扣政策。</p> <p>28、公司有实施股权激励吗？</p> <p>公司曾实施过股权激励计划、限制性股票激励计划，目前根据业务模式分别通过合伙人制或超额利润奖等激励政策进行员工激励。</p> <p>29、目前乐飞叶有多少家门店？</p> <p>60-70 家左右。</p> <p>30、公司有收购品牌的计划吗？</p> <p>目前公司已建立了良好的品牌矩阵，成熟品牌报喜鸟、哈吉斯、宝鸟、所罗，成长品牌乐飞叶、恺米切，培育品牌东博利尼、亨利格兰等。未来公司根据战略发展需要、市场环境变化、公司经营情况等因素综合考虑品牌收购计划。</p> <p>31、哈吉斯运动系列占比有多少？增长趋势如何？</p> <p>哈吉斯运动系列占比较上年有一定提升，目前销售情况良好。</p>
附件清单 (如有)	
日期	2023-6-2