

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：20230706

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	广发证券 左琴琴、广发资管 董旭、光大保德信基金 张禹 中银基金 池文丽、财通基金 杨费凡、南方基金 吕思奇 华宝基金 刘娇、鹏华基金 刘偲圣、中信建投 叶乐、 天弘基金 胡晓彤、东北证券 刘家薇、兴业证券 韩欣、 上海翀云私募基金 俞海海
时间	2023年7月5日 13:30-17:00 2023年7月6日 10:00-12:00
地点	浙江省温州市永嘉县瓯北镇报喜鸟和田工业园区
上市公司接待 人员姓名	副总经理兼董事会秘书谢海静女士
投资者关系活 动主要内容 介绍	<b>投资者提问及回复</b> <b>1、在同行业中，贵公司最近几年经营情况良好并好于行业平均发展水平，原因是什么？</b> 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、公司的组织架构是怎样的？**

公司建立了平台+品牌的组织架构。品牌端，各品牌进行独立研发、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。

## **3、在目前市场环境下，公司有哪些应对策略？**

服装是消费者“衣食住行”的基本需求之一，服装行业是充分竞争的行业，外部环境的变化一定程度影响着消费者的消费能力，但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。公司在近几年市场环境波动的情况下，始终以高质量、稳定性、可持续发展为发展目标，实现了良好的业绩。未来公司将继续坚持以服装为主业，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，坚持日拱一卒、功不唐捐的企业精神，结硬寨、打呆仗，一步一个脚印不断夯实各品牌的市场基础，扎实推进各品牌经营计划的实施，持续推进产品力、渠道力、品牌力、运营力的提升。坚持“成长优先、利润导向”原则，持续优化激励机制，通过考核各品牌的同店增长、产销率提升、库存周转率优化等运营质量指标，促进各品牌实现高质量的发展，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。

#### **4、公司渠道策略是怎样的？**

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。

#### **5、今年报喜鸟、哈吉斯开店计划如何？**

公司坚持线上线下全渠道策略，一二城市开设直营店、三四线城市开设加盟店，通过新拓、扩店增加渠道数量和渠道面积。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，并通过提升单店业绩规模，促进整体销售规模的提升。

#### **6、今年恺米切的开店计划？经营情况如何？**

公司于去年完成对恺米切品牌的收购，收购完成后，该品牌实行研发和供应链自主化，进一步优化供应链、降低采购成本、提升毛利率。作为知名国际品牌，恺米切品牌终端形象精致、统一，商场认可度高，今年努力加快开店速度。

#### **7、我们是否计划将报喜鸟品牌规模再扩大？**

报喜鸟、哈吉斯、宝鸟作为公司成熟品牌，坚持稳健发展。近年来，报喜鸟品牌通过创新产品、升级渠道、提升终端形象、聘请形象代言人等方式成功实现品牌年轻化转型升级，过去三年实现营业收入复合增速达 5%以上。未来，报喜鸟品牌将继续坚持西服第一品牌战略，坚持“西服做全做宽，休闲做准做精”原则，坚持产品力、渠道力、品牌力和运营力的提升，通过开大店、扩品类、拓渠道的经营策略努力提升报喜鸟的市场规模。

#### **8、公司定制业务发展如何？**

公司报喜鸟私人量体定制业务始于 2003 年，在行业竞争中处于领先地位。随着消费者着装需求日益时尚化、个性化，

对私人定制业务需求提升，报喜鸟于全国 800 多家报喜鸟网点开展私人量体定制业务，消费者也可通过微信小程序“报喜鸟上门”、京东报喜鸟官方旗舰店、天猫报喜鸟官方旗舰店、天猫报喜鸟男装定制旗舰店、电话 400-826-555 等方式进行定制业务预约，公司专职量体师上门量体服务，定制业务最近几年实现稳定发展，目前公司私人定制业务营业收入占主品牌报喜鸟收入约 20%-30%。该业务以销定产模式，无库存风险，是传统服装行业模式的重大创新。

### **9、团购业务这几年增长的原因主要是什么？**

团购业务近三年实现复合增长率 20%以上，主要受益于国内职业装集中采购模式，大订单量实现增加，客户覆盖从占比较高的金融系统进一步延伸至通信、交通、能源等行业。

### **10、乐飞叶品牌情况怎么样？店铺主要分布在哪里？今年主要策略是什么样？**

乐飞叶品牌来源于法国，具有较高的品牌知名度，专注户外休闲服饰的研发和销售，坚持“轻户外、悦旅行”、“穿 Lafuma 去旅行，拍照好看”的品牌理念，符合人们享受自然生活、户外露营、拍照分享的生活习惯，今年终端销售实现快速增长。目前品牌管理团队稳定、产品定位清晰，店铺主要分布在东北、华北、华东、西北等区域。今年乐飞叶以针对老店进行业绩提升计划为主，新拓店铺为辅。

### **11、亨利格兰运营得怎么样？**

亨利格兰属于培育阶段的品牌，执行小步快走的策略。

### **12、4-6 月的终端销售表现如何？**

4-6 月终端零售合计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。

### **13、第一季度净利润率创新高的原因？**

2023 年第一季度，随着国内经济环境改善，线下门店经营

全面恢复，报喜鸟控股旗下成熟品牌报喜鸟、哈吉斯、宝鸟及成长品牌恺米切、乐飞叶均实现收入增长，由于公司毛利率高，部分渠道开拓费用、品牌推广和研发费用较为刚性，参照历史经营情况，当收入实现增长时，净利润增速会快于收入增速。

**14、直营毛利率多少？**

2022 年度直营毛利率约为 75%。

**15、公司会员体系是怎么样的？**

公司各品牌分别制定了相应的会员体系，按照消费金额划分为不同等级会员，享受不同等级的会员权益。公司各品牌会员消费占比较高。

**16、宝鸟净利润率情况怎么样？**

宝鸟净利润率 10%左右（税后）。

**17、今年线上业务发展怎么样？**

线上业务保持稳健增长。

**18、哈吉斯女装占比？**

女装与男装的比例约为 4:6。

**19、哈吉斯运动系列未来怎么考虑？产品价格怎么样？增速如何？有赞助运动赛事的计划吗？**

今年哈吉斯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。产品定价倍率与品牌倍率一致，目前销售情况良好。哈吉斯品牌定位为经典英伦休闲风，目前未有赞助运动赛事的计划。

**20、报喜鸟运动西服占比？**

目前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。

**21、除了报喜鸟和哈吉斯，公司对于各品牌的资源分配是否有侧重？**

各品牌根据品牌定位、发展阶段分别制定相应的经营策略和品牌推广计划。

	<p><b>22、前两年分红比例较高的原因是什么？未来分红怎么考虑。</b></p> <p>公司近几年持续保持稳健增长，取得良好的经营业绩的同时公司积极响应监管层的号召，充分考虑投资者的即时现金回报，积极回馈全体股东。未来将根据公司的经营情况、财务状况以及公司战略发展、资金需求等因素综合考虑制定分红方案。</p> <p><b>23、超额奖金是怎么设置的呢？</b></p> <p>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。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2023-7-7</p>