

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：20230717

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	长江证券 于旭辉、兴全基金 何悦、Point72 Vira YANG 杨琦、 汇添富 韩超、Dymon asia 林佳宁、申万菱信基金 范张翔、 泰康资产 刘巍放、鹏扬基金 袁天娇、景林资产 吴玉强、 中金公司 曾令仪、中金公司 林骥川、招商证券 唐圣炀、 中信证券 郑逸坤、海通证券 王天璐
时间	2023年7月17日 14:00-17:00
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	投资者提问及回复 1、请问上半年业绩实现良好增长的具体原因是什么？ 上半年，公司紧紧抓住服装行业终端消费有所复苏机会，系统性地提升产品力、渠道力、品牌力、运营力，扎实推进各品牌经营计划的实施，成熟品牌报喜鸟、哈吉斯、宝鸟及成长品牌乐飞叶、恺米切较上年同期均实现良好增长，控制终端折扣以提升毛利率，其中直营和团购业务实现快速增长，费用率下降，实现了营业收入、利润的双增长，促进公司实现高质量、稳定性、可持续发展。 2、宝鸟团购业务增长的原因是什么？ 宝鸟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。

3、线上增长怎么样？是否盈利？

线上近三年均实现了两位数的增长，公司将继续努力争取实现稳健发展。线上业务实现盈利。

4、直营和电商增速如何？

23 年上半年度，直营业务实现快速增长，电商业务实现稳健增长。

5、加盟的零售如何？

上半年加盟终端零售较 22 年、21 年同期均实现增长，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。

6、产品价格策略是怎么样的？

正价新品平均折扣保持 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。公司产品价格平稳，折扣控制良好。

7、今年新开店计划？哈吉斯加盟渠道拓展如何？

公司坚持线上线下全渠道策略，一二线城市开设直营店、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。哈吉斯加盟渠道的拓展速度在提升。

8、报喜鸟、哈吉斯规模提升计划？

公司通过考核各品牌的同店增长、产销率提升、库存周转率优化、高绩效店铺数量等运营质量指标，促进各品牌实现高质量的发展，在此基础上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。

9、公司多品牌战略成功实施，有哪些经验可以借鉴的？

公司建立了良好的多品牌矩阵，各品牌根据品牌发展阶段分别实施相应的经营策略，成熟品牌报喜鸟、哈吉斯和宝鸟坚持稳健发展，成长品牌恺米切、乐飞叶坚持健康快速发展，培育品牌亨利格兰、东博利尼坚持小步快走的经营策略，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。

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。

最后，公司坚持“成长优先、利润导向”原则，持续优化激励机制，重点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，在此基础上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。

10、哈吉斯的品牌培养能力能复制于其他品牌吗？

哈吉斯的成功经验可以借鉴和复制，但品牌培养需要时间，是一个系统性的过程。公司已建立了良好的品牌矩阵，并制定相应的经营策略，成熟品牌报喜鸟、哈吉斯和宝鸟坚持稳健发展，成长品牌乐飞叶、恺米切坚持快速健康发展，培育品牌亨利格兰、东博利尼坚持小步快走，上述品牌均已实现盈利。公司品牌培育发展复制能力不断增强。

11、奥莱体系如何？

公司已经建立了良好的正价、奥莱渠道体系。

12、哈吉斯同店客流、客单价情况？

哈吉斯客单价保持稳定，从消费人数看，较上年有明显的增加。

13、公司会员维护是怎么做的？

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，每个月推行特色会员活动来提升消费者的体验感，如“中国篆刻”、“香薰品鉴会”、“涂鸦派对”等，公司会员消费占比较高。

14、哈吉斯未来战略是怎么样？

哈吉斯为公司成熟品牌，产品定位为英伦休闲风格，近年来实现了稳健快速发展。未来将继续坚持品牌定位，根据市场环境变化持续打造产品力、品牌力、渠道力和运营管理能力的提升，通过拓渠道、开大店、扩品类等方式进一步提升品牌规模，实现稳健发展。

15、哈吉斯女装占比？

哈吉斯男女装占比约为 6:4。

16、宝鸟净利率怎么样？

宝鸟净利率 10%左右

17、成长品牌今年发展如何？

上半年度，成长品牌乐飞叶和恺米切均实现良好增长。目前乐飞叶品牌管理团队稳定、产品定位清晰，今年以老店业绩提升为主，新拓店铺为辅。公司于去年完成恺米切品牌的收购，该品牌实现研发和供应链自主化，有利于优化供应链、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。

18、客单价提升策略？

通过加强商品企划、产品研发和货品管理、销售激励、开

	展营销活动等提升产品连带率, 加强会员销售管理、控制折扣等。
附件清单 (如有)	无
日期	2023-7-17