

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：2023-003 号

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	华西证券：唐爽爽、王鹤锟 泓牛资本：王 聪 平安资管：范自彬 华安基金：张 喆、王旭冉 万家基金：苏秦婉 青骊资产：于利强 天弘基金：雷茜茜、于 洋 广发基金：龚路成 杭州金投：卢银银 太平养老保险：郑邱睿 景顺长城：李南西 四川量化：宋文嘉 交银施罗德：高逸云 中国对外经贸信托：李思、刘洁
时间	2023 年 8 月 16 日 10:00-11:00
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：张恒 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>一、公司情况介绍</p> <p>公司近两年重点在做两件事情：第一，渠道转型。一方面公司近几年一直在不断关闭独立街边小店和店效比较低的门店，转而在向客群流量大的商业区以及商场购物中心开设大面积的多品牌多品类综合店及单品牌店；同时也在积极开辟滑雪店渠道，在国内各优质滑雪场开设 X-BIONIC 滑雪店。另一方面，公司一直在积极发展电商业务，天猫、京东，新晋流量抖音、小红书、微信小程序等平台渠道都有涉及。目前渠道转型已经基本完成。第二，构建品牌战略。公司品牌战略的核心重点以自有品牌 X-BIONIC 为主，同时继续打造瑞典山系经典品牌 Klattermusen+意大利手工匠心传承鞋品 CRISPI+经典工装鞋靴品牌 DANNER+战术背包品牌 Mystery Ranch+专业户外鞋品牌 LA SPORTIVA+北欧户外美学代表品牌 Houdini 等独家代理品牌矩阵。其中，X-BIONIC 品牌现已推出多个产品系列，包括抓绒系列、冲锋衣系列、排汗速干系列、羽绒系列、滑雪系列等等，叠加 X-BIONIC 品牌原有的功能内衣、功能袜等产品，目前已形成比较完整的产品结构。同时，公司也于近日与攀山鼠瑞典总部达成战略合作，双方将共同成立合资公司，旨在中国市场大力发展 Klattermusen 品牌；另外，公司已经取得北欧户外美学代表品牌 Houdini 在中国区的独家代理权。今年上半年业绩也有比较好的体现。2023 年上半年，公司营业收入约 3.6 亿元，同比增长 51.87%，净利润为 1,134.29 万元，同比增长 171.85%，整体业绩向好，可见目前公司由渠道经营向品牌经营转型初具</p>



成效，未来公司将逐步形成渠道+品牌双主营业务模式。

户外服务业务方面，将继续保持稳定发展，公司未来发展重点依然围绕渠道+品牌为主。

二、Q&A

Q1. 公司 X-BIONIC 去年营收 1.27 亿，当时预计 2023 年是翻倍增长。下半年结合对消费形势的判断，公司还是维持这个目标吗？

- X-BIONIC 品牌今年上半年营收 7,852.61 万元，同比去年增长 50.26%。X-BIONIC 销售一般是下半年占比较大，所以目前看 X-BIONIC 总体增幅尚可。下半年，公司会从产品、渠道、市场等各个方面去努力实现增长，当然下半年整体消费环境和滑雪市场的发展也会是重要影响因素。

Q2. 关于 X-BIONIC 产品方面，今年外层的占比大概有多少？上半年外层主要是哪些产品？

- X-BIONIC 品牌的中外层产品分为春夏和秋冬两季。今年春夏季的产品已经相对完整，品类也较丰富，包括跑步、运动训练系列、瑜伽系列、防晒皮肤风衣、超薄风衣、超薄防水风衣、Polo 衫、商务系列、T 恤，快干 T 恤等都已经推出上市。秋冬产品方面，从 2022 年秋冬季开始，X-BIONIC 的秋冬产品系列已经很完善，今年秋冬 X-BIONIC 的中外层会更加丰富，包括抓绒、软壳、冲锋衣、羽绒服、棉服、滑雪服等系列。

上半年，X-BIONIC 产品中外层的销售占比在 60%以上，已经超过贴身层的销售占比，未来将保持相对比较平衡的比例，即中外层占比 70%-75%，功能内衣占比在 25%-30%左右。

Q3. 公司怎么把 X-BIONIC 产品外层做到差异化，具体做了哪些突破？

- 公司在户外行业深耕 20 多年，几乎和所有的高端、专业的户外品牌都进行过合作。结合这么多年与品牌合作的经验，我们在做产品总体企划时就已经将 X-BIONIC 品牌定位专业高端，而 X-BIONIC 品牌也在很短时间内就取得拥有“世纪之布”的国际优质面料供应商 GORE-TEX 的授权，双方形成战略合作。目前公司已经与包括 GORE-TEX、Schoeller、Polartec、Pertex、Primaloft、Allied、Toray、Cordura、Carvico 等国际优质功能面料公司建立深度合作业务关系，为新品研发生产及供应链打下了坚实基础，让 X-BIONIC 品牌产品保持高端又独特。

Q4. 营销上面，我们主要做了运动圈和时尚圈，还有商学院圈，今年我们在破圈上有什么动作，X-BIONIC 消费者的结构有了哪些变化？

- 公司已经在越野跑圈、商学院圈和滑雪圈初步建立起 X-BIONIC 品牌认知。今年秋冬，公司将进一步加强在滑雪领域的营销推广。近段时间以来，在三夫多



品牌、多品类综合店中，X-BIONIC 品牌产品快速得到认可，这是因为进到三夫综合店的客户，更多是带着户外出行的目的需求，这样的客户会相对更加注重产品的功能属性。当客户了解了 X-BIONIC 产品的保暖、防水等黑科技功能属性后，客户对 X-BIONIC 的产品更青睐和信任。因此，公司将加强在户外领域对 X-BIONIC 品牌的专利技术和户外功能进行营销和宣传。

Q5. 公司未来开店的计划，之前讲的是未来三年每年开 10 家左右，现在依然是这样的规划吗？

➤ 公司今年已经分别在北京祥云小镇、沈阳丁香小镇开设两家千平米面积的综合店、在北京 DT51、深圳万象城开设 2 家 X-BIONIC 品牌店、在杭州平安金融中心悦坊开设华东地区首家 X-BIONIC 旗舰店、在长春万象城开设东北地区首家 X-BIONIC 品牌店。下半年还将继续在北京 SKP、苏州新光天地（综合店）、沈阳万象城、北京八达岭奥莱以及各大滑雪场开设 X-BIONIC 品牌店。接下来我们将尝试在户外渠道和商场渠道适度开发一些经销店，进一步拓宽 X-BIONIC 品牌的销售渠道。

Q6. 今年上半年 X-BIONIC 品牌的 7,800 万的销售收入里面，线上占比大概有多少？

➤ 目前 X-BIONIC 品牌线上、线下占比各占约 50%。

Q7. 攀山鼠的开店计划是什么？

➤ 2023 年 1 月，Klattermusen 上海首家直营连锁零售店落户浦东嘉里城，并于开业后第二个月即实现单店盈利。2023 年 6 月，Klattermusen 在深圳南山万象天地高街开设华南首家快闪店，于当月实现盈利。2023 年 9 月，Klattermusen 将在北京国贸商城开设品牌旗舰店。同时，Klattermusen 在三夫多品牌、多品类综合店中也会增加品牌销售专区。预计明年会有多家门店开业。

Q8. 公司上半年，特别是 Q2 净利率有一个很大的提升，主要是公司和销售管理费用率有大幅度下降。想问一下公司下半年销售和管理费用率能否维持同样改善的幅度呢？

➤ 公司销售管理费用相对稳定，随着营收提升，费用占比会下降。

Q9. 下半年是我们的销售旺季，在品牌宣发、销售费用这方面会加大投入吗？有这样的计划吗？

➤ 下半年公司将在滑雪领域和户外领域加强营销，营销费用会合理控制。

Q10. 我们看到上半年乐园接待游客的数据同比有一个比较好的增长，但是最近也受到一些天气的影响，所以上半年从公司报表来看，公司乐园上半年是亏损状态，想问下半年会有好转吗？全年对于乐园业务的预期是否能扭亏为盈呢？



	<p>➤ 亲子乐园一般在 5 月份有一个旺季，然后在 9-11 月份是一个旺季。目前我们对亲子乐园业务板块不做大的投资规划，尽量在现有业务基础上运营提升。如果今年下半年没有天气方面的突发因素，我们预计亲子乐园业绩表现会变好一些。</p> <p>Q11. 现在市场上滑雪内层对滑雪人群是必买的东西，公司有没有想过在滑雪系列比如说雪具、雪板做一些代理品牌的开拓？</p> <p>➤ X-BIONIC 品牌的滑雪功能内衣和滑雪袜已经广泛被滑雪群体认可和使用。公司也基于 X-BIONIC 品牌功能内衣的科技属性，每年也陆续推出单板和双板滑雪服，并且深受好评。装备方面，公司已经与一些优质的品牌建立合作，比如 Burton，同时公司代理德国专业滑雪手套 Reusch 等，公司在雪具产品这方面以经销为主，不会有大的动作。</p>
附件清单	无
日期	2023 年 8 月 16 日