

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：20230919

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、华西证券 唐爽爽 人保养老 于天宇、大成基金 黄博涵、东方资管 王佳骏 秉怀投资 刘争争、敦和资产 丁宁 盖婷婷 泉果基金 魏淑馨、国联基金 范鹏程 星泰投资 贾雨朦、嘉合基金 张丽荣
时间	2023年9月18日 13:30-16:30、9月19日 14:00-16:00
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、公司各生产基地分别负责哪些产品的生产？ 公司在温州永嘉、上海松江、安徽合肥建立了三大生产基地，主导产品西服、衬衫以自制生产为主；温州生产基地主要生产报喜鸟品牌成衣及私人定制产品，上海松江、安徽合肥主要生产宝鸟品牌的职业服。公司智能生产车间可按照消费者的个性化订单，通过智能化数据分析和信息整合，生成订单信息指令，驱动智能工厂进行大规模的个性化制造。 2、9月份的终端零售如何？ 截止目前9月终端零售表现良好，直营渠道表现好于加盟，线下好于线上，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。

3、哈吉斯开店进展，未来会加快开店速度吗？

公司稳步推进渠道拓展计划的实施，保持稳健开店速度的基础上，适当加快加盟渠道的拓展速度，哈吉斯上半年新开 31 家，其中加盟 13 家，一般下半年度新开店数量占比较高。

4、下半年开店高峰期，费用率是不是会高点？

上半年直营渠道销售增长良好，但部分费用较为刚性，直营收入规模的提升一定程度优化了销售费用率。根据近三年历史数据看，下半年度因新开店占比高、双十一大促、年终奖金核算及其他外部因素影响，下半年发生的销售费用高于上半年。今年下半年度若财务收入规模实现较好增长，则有望控制甚至降低费用率。

5、哈吉斯品牌运营思路

公司从运营哈吉斯初始，重视优质渠道的选择，严格把控店效及运营质量，坚持品牌定位树立良好的品牌形象；产品研发方面，通过数据分析指导产品研发，加强商品企划，并持续加大研发投入进行产品创新和升级，为消费者打造符合流行趋势的时尚产品，不断满足消费者日益多元化的消费需求；品牌推广方面，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，通过不定期举办营销活动加强 VIP 的运营管理，提升客户对品牌的粘性；运营管理上，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品牌的市场基础，扎实推进品牌经营计划的实施，促进品牌实现高质量、稳定性、可持续发展。

6、哈吉斯客户的稳定性如何？

公司一直秉承着“享受尊贵、品味生活”的 VIP 宗旨并围绕服务会员的核心诉求持续优化并创新 VIP 服务，不断完善会员规则及权益，保持较好的 VIP 复购率；同时，通过产品年轻化升级、参与上海时装周开幕秀、明星合作、赞助网球精英挑战赛、围绕小红书+抖音+商圈广告媒体多维度曝光，有效触达年轻消费者，新会员数量实现增长。

7、哈吉斯包包等配件未来的目标？

哈吉斯包包等配饰自推出以来增长较快，发展良好，目前占比比较低。

8、公司客群消费降级，是否有压力？

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。

9、如何提升主品牌直营店效？

报喜鸟围绕品牌力、产品力、渠道力、运营力不断夯实品牌市场基础，通过加强商品企划、产品研发、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，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。

10、乐飞叶的增速很好，原因是什么？规划如何？

乐飞叶品牌来源于法国，具有较高的品牌知名度，产品定位清晰，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，目前品牌管理团队稳定，今年上半年度，乐飞叶品牌实现收入同比增长 55.64%。

未来乐飞叶品牌将继续聚焦休闲旅行和户外运动两大系列，精简 SKU，提升户外品类占比和功能性面料的使用，强化品牌户外基因。渠道方面，以提升单店业绩为增量目标，开拓优质渠道，电商业务控制折扣，加快货品消化，并提升毛利率。品牌方面，统一店铺形象，强化场景化陈列，加强小红书品牌推广和内容输出，和户外机构达成战略合作，提升品牌影响力。运营方面，重点加强供应

链管理，提高运营效率。

11、 亏损品牌有哪些？

公司旗下成熟品牌报喜鸟、哈吉斯和宝鸟坚持稳健发展，成长品牌乐飞叶、恺米切、亨利格兰等坚持快速健康发展，培育品牌东博利尼坚持小步快走，未有重大亏损品牌。

12、 职业装的毛利率如何，竞争力压力？ 客户群体有哪些？

宝鸟团购业务上半年实现快速增长，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，较大订单数量占比提升，且毛利率提升 3.43 个点，有效提升整体运营质量。

13、 存货计提原则？

存货跌价测试方法：对存货测算出估计售价，减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值，与存货账面余额对比，计提相应跌价准备。

14、 投资性房地产减值原则？

公司综合考虑了商铺所在城市的经济发展状况，鉴于城市商业地产交易不活跃、成交价格下跌、房产空置出租率低或者租金不理想等因素，经资产评估，对其进行减值。

房产的资产减值准备计提减值的依据和方法：公司对于以成本计量的投资性房地产（商铺）和建筑类固定资产（商铺）进行减值测试，减值测试结果表明房产的可回收金额低于其账面金额，按其差额计提减值准备并计入减值损失，一经确认，不再转回。

15、 今年商场的资源较往年如何？

公司销售平台通过线下店铺、电商、新零售等渠道进行全零售品牌的渠道拓展管理和产品销售，形成良好的协同效应，公司各品牌积极争取更好的渠道位置和资源，效果良好。

16、 投资板块公司怎么考虑？

公司坚持“实业+投资”的发展战略，立足推动公司实现高质量、稳定性、可持续的前提下，依托基金管理人的平台优势、专业团队和项目资源优势，积极拓展投资渠道，提高公司资金运作效率

	<p>和收益，保护公司全体股东的利益。</p> <p>17、政府补助什么原因，是否具有可持续性？</p> <p>政府补助主要系公司及部分子公司收到政府发放的产业发展扶持资金、相关补贴、个税返还等，可持续性不确定，但目前各地政策较为稳定。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2023-9-19