

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：20231128

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	申万宏源王立平、申万宏源求佳峰、鑫元基金刘俊文、域秀资本金明、东方证券杨春燕、太平洋资产管理罗荣、华夏基金李佳嘉
时间	2023年11月28日13:30-16:00
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	<p>投资者提问及回复</p> <p>1、Q4到目前的终端表现如何？明年经营的展望？</p> <p>10月以来终端零售实现良好的增长，直营渠道表现好于加盟，线下好于线上。11月增速环比10月份有提升，同比均实现增长。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。</p> <p>近年来，公司经营情况实现良好增长，增速行业领先。未来公司将继续坚持服装主业，实施多品牌发展战略，各品牌根据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，并不断加强产品力、渠道力、品牌力、运营力的提升，促进公司实现高质量、稳定性、可持续发展。</p>

2、线下好于线上的原因？

公司坚持线上线下全渠道策略，线下渠道依然是各品牌的核心渠道，品牌通过渠道升级、控制终端销售折扣、加强会员销售管理、数字化营销、销售激励等方式促进销售提升店效。

3、加盟供库存压力怎么样？

加盟商配有一定的退换货比例，终端零售的增速好于加盟发货增速，加盟商库存消化较为良好。

4、报喜鸟今年开店情况如何？哈吉斯今年新开店中加盟比例如何？面积怎么样？

今年报喜鸟以高质量发展为原则，主动调整不符合品牌发展要求的渠道，并积极新拓优质渠道，提升整体渠道质量，年度新开店数（不含闭店）约为 10%。

哈吉斯加快加盟渠道的拓展，目前加盟商拓展情况符合公司预期。截止半年度，平均单店面积较上年同期实现增长。

5、公司与优质购物中心合作情况如何？

公司成功实施多品牌发展战略，建立了较为完善的全渠道营销网络，与优质的购物中心、精品百货等建立了良好的合作关系。截止半年度末，公司全品牌营销网络合计 1670 家，其中购物中心、百货渠道 1077 家，占比实现提升，多品牌效应显现。

6、奥莱门店增速如何？未来如何规划奥莱渠道？

奥莱门店销售占比高于门店数量占比，其终端销售增速快于平均增速。未来根据公司发展战略、市场、渠道情况进行开店规划。

7、公司产品定位中高端，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。

8、哈吉斯产品定价策略如何？

哈吉斯产品保持稳定的定价倍率。

9、毛利率整体的趋势怎么样？

公司各品牌产品倍率、加盟供货折扣较为稳定，直营渠道收入增长良好，前三季度毛利率较上年同期有提升。

10、公司这几年实现稳健增长的原因？

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。第三，公司坚持“成长优先、利润导向”原则，建立了与发展战略相适应的多元化激励机制，并持续优化激励机制，促进公司实现高质量、稳定性和可持续发展。

11、投资业务进行的如何？

公司通过投资上海浚泉信投资有限公司，参与设立投资基金，通过该平台利用外部资源、发挥公司内部优势，充分整合资源，强化公司产业布局，积极寻找对主业发展具有引领作用或科技前沿领域的项目。该投资平台目前运营情况良好，已有新亚电子、利和兴、

	<p>五洲特纸、有方科技、莱特光电、新相微、美硕科技等相继上市，部分项目已陆续退出。</p> <p>12、乐飞叶品牌的合作模式？</p> <p>乐飞叶品牌合作模式与哈吉斯品牌相似，目前合作情况良好。</p> <p>13、怎么考虑各品牌的矩阵，有第三增长曲线吗？</p> <p>公司建立了良好的多品牌矩阵，各品牌根据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、宝鸟等，坚持稳健发展；成长品牌乐飞叶、恺米切等，坚持健康快速发展；培育品牌东博利尼等，坚持小步快走。</p> <p>14、哈吉斯品牌推广形式？</p> <p>哈吉斯通过内容视觉升级、媒体投放、明星合作等方式传递品牌概念，围绕小红书+抖音+商圈广告媒体多维度曝光，有效触达消费者；与明星合作，在热播电视剧和综艺节目中植入品牌产品，增加品牌曝光度，提升品牌影响力；参与上海时装秀，实施全域营销传播策略；赞助网球精英挑战赛、开展滑雪等线下社群活动，加强与目标消费群体的互动，积极提升品牌形象。</p> <p>15、政府补助可持续性？</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> <p>16、吴董定增的股份解禁时间？</p> <p>董事长吴志泽先生定增的股份将于 2025 年 1 月解除限售。</p>
附件	无
日期	2023-11-28