

证券代码：301276

证券简称：嘉曼服饰

北京嘉曼服饰股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-011

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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	线上参与公司2023年度网上业绩说明会的投资者
时间	2024年05月15日 15:00-16:30
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）网络互动
上市公司接待人员姓名	副董事长、总经理-刘澍 董事、副总经理-石雷 副总经理、董事会秘书-程林娜 财务总监-李军荣 独立董事-宁俊
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 线上和线下销售渠道的表现分别如何，未来是否会有渠道重心的转移？</p> <p>答：线上渠道基本持平，线下渠道复苏明显，公司2023年线下销售相比2022年有较大幅度的增长，线下直营模式及加盟模式所创造收入分别增加13.24%和12.67%。长远来看，线下渠道要大力发展，线上渠道要保持优势。未来线下会在流量大、位置佳的商圈考虑开设形象店铺，也会适时推出家庭生活方式门店，该集合店将男女装、童装、玩偶甚至鞋类、箱包及待开发的周边等全品类商品集于一体，覆盖全年龄段客群，给予消费者一站式的购物体验。线上渠道是公</p>

司的优势渠道，将会继续保持线上渠道的高质量发展。未来线上线下渠道将保持均衡发展态势。

2. 公司是否有计划进一步扩大国际零售代理品牌的合作范围？

答:由于国际高端品牌主要定位于富裕阶层，产品单价较高，市场容量有限，目前公司国际高端进口模块规模基本能满足高端市场消费需求。

3. 过去一年公司在环保和社会责任方面有哪些具体的行动和计划吗？

答:2023年6月，公司携手中华社会救助基金会举行“2023水孩儿益同成长公益行”系列活动。走进内蒙古呼伦贝尔市莫力达瓦达斡尔族自治旗，青海省玉树藏族自治州曲麻莱县、称多县，青海省格尔木市曲麻莱昆仑文化新村，甘肃省庆阳市环县、合水县，甘肃省甘南藏族自治州碌曲县，河南省新乡市封丘县、河南省安阳市滑县、河南省洛阳市栾川县、河南省周口市沈丘县。在中华社会救助基金会及当地政府和公益组织的协助下，公司向上述地区困难儿童群体，捐赠“水孩儿”品牌童装4万多件。服装品类涵盖了一年四季适穿衣物，并根据不同地区的气候特点、穿衣习惯对捐赠童装的品类进行有针对性的调整，确保当地儿童确实的享受到公司送出的爱心和关怀。2023年8月，公司通过中华社会救助基金会向河北涿州受暴雨洪涝影响地区捐赠价值2万元的物资，用于抗洪救灾。2023年12月，为偏远地区乡村儿童提供更多的支持与帮助，公司联合中华社会救助基金会开展了“2023 水孩儿益同成长公益捐赠”活动，向四川、新疆、广西、青海、甘肃、云南等七个省份下辖的16个困难地区捐赠了8.8万件精选水孩儿品牌四季适用服装。

4. 公司目前在童装行业中的竞争地位怎样?如何应对当前生育率下降对童装市场的影响？

答:童装行业一直以来的竞争都是激烈的，很多国内外知名成人装品牌都有童装产品线，并且成人装进入童装赛道的情形也越来越多，但目前市场上存在的相对有影响力的童装较成人装少。对于生育率问题，在宏观层面国家一直在出台相关的政策鼓励生育，配套政策相信也会陆续跟上。在微观层面生育是属于个人生活方式的选择。但总体来说，我国儿童人口基数较大，3-14岁是当前童装消费的主力群体。并且中国的经济依然是不断向前发展，未来市场注重品牌化、品质化和多场景化的趋势会越来越明显，在广大的四五线城市，消费者逐渐会从无品牌消费到有品牌消费，从低端品牌到中

端品牌消费，中端品牌到中高端甚至高端品牌消费，消费者的需求逐渐水涨船高。总之，公司未来会更注重产品的研发创新和品牌的塑造，公司的使命是为每一个孩子提供品质童装。嘉曼服饰的每一位员工也会努力，以优秀的业绩回报广大投资者。

5. 净利润同比增长8.55%是否主要得益于成本控制的成效，公司在这方面采取了哪些措施？

答：公司2023年度净利润1.80亿，与上期相比提升了8.55%，公司盈利相较2022年略有提高，主要系2023年国内经济环境、消费品市场需求趋于稳定、这一趋势与行业整体趋势基本一致。由于公司在2023年购买暇步士（Hush Puppies）大中华区全品类IP资产，聘请相关咨询机构使得费用有所提升。

6. 公司在品牌建设和推广方面有哪些新的计划或策略吗？

答：公司在收购暇步士大中华区全品类IP资产后，成立了暇步士品牌市场部，负责从品牌整体层面对暇步士进行品牌的宣传推广工作。从短期看，公司会进行产品升级、开展品牌形象焕新、进行品类整合；从中长期来看，公司未来可能会考虑联合各品类组织主题活动，开设全品类家庭旗舰店，参与重大活动赞助，参加有影响力的时装周，针对目标人群进行更精准的广宣投入，聘请符合品牌风格的代言人等。从品牌整体层面出发多维度触达目标消费人群。

7. 请问设计研发上的投入如何，是否有计划进一步增加研发支出以推动产品创新？

答：公司产品的设计研发体系由商品企划中心、设计中心等部门组成。其中商品企划中心负责收集本品牌和竞品的销售情况及产品需求，提出产品企划方案，确定产品品类计划和款式要求；设计中心负责产品调研、确定整体设计风格、根据商品企划中心的要求进行设计规划并参与样衣制作的部分环节。未来，公司将在各个品牌的产品表达上进一步聚焦，进一步提高品牌的设计研发能力，从设计、面料、工艺等方面进行全面升级。未来公司会将更多资源投入设计研发环节，提高公司自主设计的高效和可持续性，提高品牌资产、深挖品牌护城河。

8. 公司在人才积累和培养方面有哪些长期规划以支持公司的持续发展吗？

答：为保证相关业务的顺利开展，公司在设计部门、电商部门以及自营、加盟等业务模块均增设了独立的暇步士品牌成人装团队。目前公司关于暇步士成人装的产品团队及销售团队已组建完成，以

	<p>“老带新”结构为主，满足现有工作需求，随着品牌相关业务体量的不断增加，公司也会持续招揽优秀人才；公司定期组织日常业务培训，以及聘请专业讲师提高各部门员工的业务能力，公司重视人才培养并形成常态化机制来支持公司的长远发展。</p> <p>9. 今年是否有计划扩展新的产品线或服务？</p> <p>答:2024年公司在保持原有童装业务稳定增长的基础上，新增了成人装与玩具周边业务，预计会给公司带来增量收入。另外，公司通过授权经营模式也会以向各品类被授权商收取授权费的模式为公司带来其他业务收入。</p> <p>10. 请问领导们对于未来一年行业发展趋势怎么看，有哪些潜在的市场机会？</p> <p>答:童装行业属于充分竞争的行业，随着童装的产业结构与竞争格局快速变革，童装市场品牌化、规模化、集约化趋势愈加明显，童装行业的竞争将越来越激烈。除此之外，由于近年来童装行业的迅速发展，众多成人装品牌也开始将产品延伸到童装领域，进一步加剧了我国童装市场的竞争。公司于2023年收购了暇步士（Hush Puppies）大中华区全品类IP资产，此次收购行为进一步扩充了嘉曼的自有品牌阵营，完善了公司多品牌差异化发展战略和多元化全渠道市场布局。多品类全年龄段的运营能够更进一步扩充市场容量，从而优化公司的商业模式和业务结构，对公司核心竞争力的提升具有重要意义。</p> <p>11. 领导们下午好！今年的现金分红是如何考虑的？何时派发？</p> <p>答:公司2023年度拟以公司现有总股本108,000,000股为基数向全体股东每股派发现金红利0.76元（含税），合计拟派发现金红利82,080,000.00元（含税）。如权益分派方案公布后至实施前股本发生变动的，公司拟维持分配总额不变，相应调整每股分配比例，并将另行公告具体调整情况。关于派发时间请关注公司后续相关公告。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024年05月15日