

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：2024-016

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	1、国投证券-陆偲聪 2、星石投资-蒋京杰 3、国融基金-彭双宇 4、国泰君安-赵博 5、华西证券-唐爽爽 6、天风证券-孙海洋 7、东海证券-龚理 8、博道基金-王晓莹 9、沅京资本-汤晨晨 10、上海煜德投资-孙佳丽
时间	2024年5月29日
地点	公司办公室
上市公司接待人员姓名	副董事长、总经理：刘激 董事会秘书、副总经理：程琳娜
投资者关系活动主要内容介绍	公司接待人员就与会人员提出的以下问题进行了逐一解答： 1、公司如何看待经营童装和经营成人装的难易程度以及未来童装竞争格局变化。 从设计及工艺上看，童装的设计元素更多、工艺更加多样化，所以对供应链的成本控制要求更高。而且儿童身材变化快，婴童、幼童、中大童的版型特点也完全不同，童装的版型变化比成人装更复杂。从面料上来看，童装的标准也比成人装要求更高。但与此同时，童装也是由于儿童身材变化快，购买者和

使用者分离等特点，很难卖出很高的价格，毛利率通常来说不如成人装高。其实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，但目前市场上存活的相对有影响力的童装品牌较成人装少，从某种角度看经营童装的市场难度较成人装更大。目前出生率下降会较早地影响到婴儿相关产业的消费者基数，未来几年预计会传导至童装产业。但总体来看中国国内儿童人口基数仍然较大，人口出生率下降带来的影响从单一童装品牌视角来看有限；从童装行业视角来看，公司认为未来品牌集中度会趋于集中，更加利好运营能力强，产品品质高，品牌影响力大的童装运营企业。

2、暇步士（Hush Puppies）成人装收回自营的成本有哪些。

公司根据“授权许可协议”中的回购条款，回购前成人装被授权商的存货，根据实际回购数量按照回购条款约定的价格进行作价。对于交接完成的线下直营店铺的货柜，也会给予一定的作价。

3、暇步士（Hush Puppies）品牌宣传层面的计划。

公司在收购暇步士（Hush Puppies）大中华区全品类 IP 资产后，成立了暇步士（Hush Puppies）品牌市场部，负责从品牌整体层面对暇步士（Hush Puppies）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。

4、公司认为童装与成人装运营有什么不同。

一方面，童装的购买者与使用者不同，购买决策人大多数是家长，家长选择童装更偏好于便利性、性价比、品质感，另外儿童身材变化快、版型包容度更高；而成人装的购买者大部分就是使用者，对款式、版型等方面会有更多的要求，因服装具有社交属性，成人通常也更看重品牌效应。公司在这两个品类上面对的客群不一样，在产品打造和品宣方面的侧重点也会有相应的调整。

5、公司在人员管理上有什么经验分享。

公司认为靠薪酬绩效激励和管理规章约束只是人员管理方面的基础因素，更重要的是如何提高团队的凝聚力。公司现有员工中工作时间最长的已有三十多年，基本从创立之初就一直兢兢业业跟随公司发展，更是有许多工作了二十多年的核心员工处在管理层和基层。充分调动员工的主动性，让团队具有

	<p>凝聚力才是企业发展最重要的一环。只有能够认同公司的文化，认可公司的发展路径，认为公司发展与自己的生活息息相关，这样的团队才能真正的踏实做事，共同克服企业经营过程中遇到的无数困难，企业也才能稳定而健康地发展，最终表现在公司稳健而持久的业绩增长上。</p> <p>6、开展成人装自营后如何对暇步士（Hush Puppies）进行品牌塑造。</p> <p>暇步士（Hush Puppies）是一个在国内市场已经存在了有将近三十年历史的品牌，消费者对暇步士（Hush Puppies）具有一定的品牌认知，一直以来暇步士也是定位于中高端市场，是有一定的群众基础的。成人装是暇步士很重要的一个品类，自营后公司将对该品类进行进一步提升和打造。公司现阶段首先要对成人装整个产品线进行更新，在设计上进一步聚焦经典休闲风格，结合当下年轻人时尚休闲、运动休闲的生活方式，使产品的呈现更加年轻化、时尚化。在面料上会运用更符合日常穿着的舒适的天然面料以及符合户外场景的功能型面料，在版型上会在现有基础上进行优化，以提高产品整体的品质感。其次，在成人装产品线全面升级后，公司将加大对品牌整体层面的宣传推广，以进一步塑造在消费者心目中的品牌价值。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024 年 5 月 29 日