

证券代码：600398

证券简称：海澜之家

海澜之家集团股份有限公司 投资者关系活动汇总表

编号：2023-002

形式	<input checked="" type="checkbox"/> 公司现场接待 <input checked="" type="checkbox"/> 其它场所接待 <input type="checkbox"/> 定期报告说明会	<input type="checkbox"/> 电话接待 <input type="checkbox"/> 公开说明会 <input type="checkbox"/> 重要公告说明会
参与单位名称	汇安基金、国盛证券、嘉实基金、平安资产、睿郡资产、国海证券、中欧基金、国泰基金、长江养老、东吴证券、华泰保兴基金、弘则研究、兴全基金、交银施罗德基金、汇添富基金、富国基金、联博基金、阳光资产、工银瑞信基金、华夏基金、中信建投证券、东方证券、中金公司、兰馨亚洲投资集团、融通基金、长城基金、国联证券、鹏华基金、泽泰投资、平安证券、安信资管、大成基金等	
时间	2023年4月28日-2023年6月30日	
地点	公司会议室，上海、深圳等地	
公司接待人姓名及职务	公司董事、董秘 汤勇	
交流的主要内容及回复概要： 1、年报简要解读 2022年，公司始终坚持以消费者为中心，致力于建立多层级、全覆盖的国民品牌集团，通过提升品牌影响力，聚焦产品硬实力，发挥产业链协同合力，增强集团公司发展韧性，保障各方面平稳发展。报告期，公司实现营业收入185.62亿元，归属于上市公司股东净利润21.55亿元，经营活动产生的现金流量净额31.37亿元。 2、行业情况 男装行业市场已经较为成熟，竞争格局稳定，但品牌方需要在多元化市场中		

保持竞争优势，则需要对供应链有较强的把控力，不断推出功能品质与潮流时尚兼具的产品，以满足消费者多样化着装需求。

女装行业普遍竞争激烈，目前女装仍处在消费升级和行业集中度提升阶段，职业女性增加以及新生代女性对服装需求多样化推动行业连续较快增长，在产品创新、服务、价格等方面更具优势的中高端女装，有望受益于消费升级获得更高增速。

受益于国民健康意识的持续提升及户外活动增多，运动服饰有望更好的享受疫后的消费复苏；与此同时，健康家居、品质家居已成为国人生活新常态，消费者对家居用品的科技性、功能性、时尚性等提出了更多要求，家居行业有望继续蓬勃发展。

童装行业方面，新生代父母对童装品质需求有了显著提升，更为注重童装安全性、舒适性、时尚性。品牌童装纷纷加码布局电商渠道，通过数字化改造，探索线上线下全渠道融合模式，通过多维度渠道增加品牌与消费者触点，行业景气度呈上行趋势。

3、2022 年公司品牌发展情况

海澜之家主品牌围绕“创造有生命力的服饰，服务每个人的光采”全新品牌价值定位，在品牌推广、产品研发、渠道布局、产业链效率等多维度提升，进一步提升国民品牌影响力。2022 年，海澜之家系列品牌实现主营业务收入 137.53 亿元，圣凯诺品牌实现主营业务收入 22.47 亿元，其他品牌实现主营业务收入 19.04 亿元。

4、2022 年电商增长情况

2022 年，公司线上实现主营业务收入 28.56 亿元，同比增长 4.80%，主营业务收入占比从 2021 年的 14.02% 提升至 15.95%。

5、2022 年海外市场情况

2022 年，随着东南亚各国逐步放开，整体经济呈现良好的增长态势，海外市场的经营业绩迎来了爆发性增长。公司在深耕马来西亚、越南、泰国、新加坡等海外市场的同时，新拓展老挝市场，报告期海外地区实现主营业务收入 2.19 亿元，同比增长 154.10%。

6、与供应商合作情况

海澜之家品牌采用以零售为导向、与供应商联合开发产品的设计模式。在设计流程中，海澜之家主要负责最关键的开发提案和最终选型环节，非核心的设计打样等业务由供应商的设计团队负责。

海澜之家始终坚持高标准、严要求的供应商引进管理策略，不断完善供应商评估机制，激励提升产品质量。一方面通过完善质控标准，提升质控时效，加强测试力度，夯实产品质量；另一方面坚持从生产能力、服务水平、设计能力、创新能力等方面评定优秀供应商，激励供应商不断提升生产管理、设计研发等方面的综合实力，保障产品品质。

7、分红情况

2021年8月，公司董事会审议通过了未来三年股东现金分红规划（2021-2023年度）的议案，在2021-2023年度，年均现金分红金额不少于公司实现的归属于上市公司股东年均净利润的70%。

公司拟以2022年度利润分配实施股权登记日的股本为基数，向全体股东每10股派发现金股利人民币4.30元（含税）。利润方案经2022年年度股东大会审议通过，共计派发现金红利18.57亿元。

8、公司优势

品牌及营销优势、管理优势、营销网络优势、信息系统优势、经营模式优势。

9、从渠道方面介绍下公司的商业模式

公司对加盟店采取类直营的管理方式。加盟商拥有加盟店的所有权，将门店的内部管理委托公司负责，不承担存货滞销风险；公司不收取加盟费，拥有商品的所有权，与加盟商之间的销售结算采用委托代销模式。商品实现最终销售后，公司与加盟店根据协议约定结算确认公司的营业收入。

截止2022年末，海澜之家系列共有门店5900多家。自2002年海澜之家品牌成立以来，线下销售以加盟店为主。近几年，海澜之家系列品牌的直营店增加到2022年末的1054家，主要开设的是购物中心店。

10、报表上存货的构成

公司报表上的存货包含公司总部仓库的备货以及门店尚未实现销售的货品。

11、尾货处理

公司存货中附可退货条款的货品，根据采购合同相关条款的约定，产品实现

销售后，逐月与供应商进行货款结算，适销季结束后仍未实现销售的产品，可剪标后退还给供应商，由其承担滞销风险。

不可退货的货品，公司与供应商按照采购合同进行货款结算，适销季结束后仍未实现销售的产品不可退还给供应商，由公司承担产品的滞销风险。

12、未来经营计划

2023年，公司将围绕多人群、多场景的服饰体验与生活方式，倾听消费者的声音，坚守服务每个人的光采的初心，夯实材料、工艺、制造等创新底座，与产业链上下游协同发展，在品牌、产品、渠道、设计研发、智能制造等方面下功夫，实现高质量可持续的稳健增长。

13、公司中长期规划

未来，公司将继续以服饰为原点，以服务每个人的光采为使命，集中力量、持续精进人性化的服饰体验，创造因人而生、为人服务的有生命力的服饰；继续坚持集团化发展战略，通过孵化、投资、合作等方式探索多元发展，建立更全面覆盖的品牌矩阵，并将各品牌打造成各细分领域的头部品牌；继续为满足中国大众的生活所需而不断开拓发力，同时将中国精神、时代特色融入国民日常生活中，打造一个具无限生命力、发展力和可持续价值的国民集团。

附件清单（如有）	无
风险提示	以上如涉及行业预测、公司发展战略、公司未来计划等相关内容，不构成公司或公司管理层对投资者的实质承诺。公司指定信息披露媒体为《上海证券报》《证券时报》《中国证券报》《证券日报》及上海证券交易所网站（www.sse.com.cn），公司所有信息均以在上述指定媒体和网站披露的为准。敬请投资者注意投资风险。