

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：2023-004

|  |  |  |
|--|--|--|
| 形式   | <input checked="" type="checkbox"/> 公司现场接待<br><input checked="" type="checkbox"/> 其它场所接待<br><input type="checkbox"/> 定期报告说明会 | <input checked="" type="checkbox"/> 电话接待<br><input type="checkbox"/> 公开说明会<br><input type="checkbox"/> 重要公告说明会 |
| 参与单位名称   | 申万宏源、长江证券、国盛证券、东吴证券、中金公司、浙商证券、中泰证券、国信证券、广发证券、开源证券、中信证券、国泰君安、招商证券、中银国际、摩根大通、富国基金、汇添富基金、易方达基金、华夏基金、华安基金等                       |  |
| 时间   | 2023年7月1日-2023年9月30日   |  |
| 地点   | 公司会议室，上海、北京等地  |  |
| 公司接待人姓名及职务   | 董事长、总经理（总裁）周立宸先生<br>董事 陈磊先生<br>董事、董事会秘书汤勇先生  |  |
| 交流的主要内容及回复概要：<br><b>1、公司简介</b><br>海澜之家集团股份有限公司成立于1997年1月，2000年在上海证券交易所挂牌上市，股票代码为600398，是一家拥有多个品牌的服饰生活零售集团。<br>公司旗下主品牌海澜之家首创于2002年，长期以来，坚持做令消费者放心、有陪伴感的国货品牌，为20-45岁的男性提供时尚设计、优质产品、人性化衣着体验，以亲切、深入人心的“国民品牌”形象屹立市场。海澜之家品牌始终坚信好的服饰是有生命力的，不止于助力赋能个人的舒适体面，更是对中国每个平凡又不凡的个体独特自我价值的相信与肯定，因此秉承适人体、优人态、合人需、达人意的产品哲学，持续提升包容覆盖度、迭代设计专业度、紧随当代需求变化、提升洞察共情力，创造有生命力的服饰，服务每个人的光采。 |  |  |

公司职业装海澜团购定制业务，创立于上世纪 90 年代，专注职业装定制二十余年，通过持续关注职场需求与个性化体验，以兼具匠心与智能制造的产品，以兼具匠心与智能制造的产品，为职界精英打造全能衣橱，为行业创造高标准的产品价值，以“精品西服”、“精品免烫衬衫”、“成衣免烫衬衫”等为代表的拳头产品颇受市场青睐。

在成功打造海澜团购定制业务、海澜之家品牌的基础上，公司先后孵化黑鲸、OVV、海澜优选等品牌，并购英氏 YeeHoO 优质童装品牌，覆盖男装、女装、童装、职业装、生活家居等细分领域，打造各具风格的产品，为各个阶段、各个代际的中国大众消费者提供以服饰为原点的生活方式。

## 2、年报、半年报简要解读

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。2022 年度，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。

2023 年上半年，消费品市场“渐进式回暖”，公司从市场和消费者需求出发，精准品牌定位，聚焦提升产品内核，优化营销渠道，加码数字化技术，打造更具竞争力的多品牌、全品类服饰生活零售集团，实现营业收入 111.99 亿元，同比增长 17.69%，归属于上市公司股东的净利润 16.79 亿元，同比增长 31.61%。

## 3、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。

#### **4、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。

2023上半年，海澜之家系列实现主营业务收入86.45亿元，同比增长16.73%；海澜团购定制业务实现主营业务收入10.93亿元，同比增长24.56%；其他品牌实现主营业务收入10.64亿元，同比增长18.12%。

#### **5、OVV品牌情况**

女装OVV产品设计回归工艺及本质，着重提高西装、真丝、大衣等具有代表性的品类，以高品质的时尚单品传达“极简与本质的追求，美学与理性的平衡”的品牌理念。OVV携手《爱情而已》演绎新世代的女性力量，并邀请青年演员周雨彤担任品牌代言人，以崭新视角诠释品牌不费力的高级感，以极简设计、超越日常的舒适感和低调奢华的态度，由内而外释放女性自信之美。

#### **6、海德品牌情况**

2021年4月，公司子公司成为HEAD SPORT GMBH服饰品类在中国大陆、港澳台的独家授权商，经营带有“HEAD、海德、Ski Tip Design”等商标的服饰品类产品。

作为有着70余年历史的竞技运动品牌，HEAD以旗下一流的运动员为核心资产，凭借深厚的历史积淀、纯正的专业运动血统、前沿的精工科技与工艺技术，成为滑雪、网球等多项竞技运动领域中众多世界冠军的指定装备供应商。

集团将持续打造从网球和滑雪两大品牌基因出发的专业运动线产品及从场

上到场下的全旅程服饰装备，满足从专业赛级运动员到运动爱好者对运动生活中各场景服饰装备的需求，支持和助力他们感受运动的魅力、突破自我局限，为他们提供取胜所需的一切。

### **7、海澜团购定制**

2023 年上半年，公司汇聚集团旗下多品牌专业基因，从各行业职业装的需求出发，将职业装业务升级为海澜团购定制业务，秉承“用专业定制未来，以创新回应时代”的经营理念，不断提升产品质量与服务水平，聚焦并提升海澜团购定制业务的影响力。

### **8、公司开店情况**

2023 上半年，公司围绕拓展要求，稳步推进拓展工作，旗下连锁品牌重点突出新开店质量，调整优化商业步行街门店选址，不断提升购物中心、百货商超等直营门店的占比。报告期，公司期末门店总数达 8,212 家，其中直营门店 1,688 家，占公司门店总数的比例为 20.56%。

海外市场方面，继续深耕马来西亚、越南、新加坡等成熟海外市场，扎稳品牌基础，同时积极探索新市场，力争在下半年入驻菲律宾新商圈，扩大海外市场布局。

### **9、公司电商发展情况**

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%。

2023 上半年，公司围绕“数智化电商”战略，借助多维传播渠道，注重商品内容转化运营，呈现差异化的内容、视觉及产品矩阵，夯实传统电商平台业务，加速全渠道发展。2023 上半年，线上渠道实现主营业务收入 15.05 亿元，较上年同期增长 9.85%。

### **10、海外业务发展情况**

2017 年公司开始拓展东南亚市场，目前在马来西亚、泰国、越南、新加坡、老挝有业务。公司结合当地市场所需在产品 and 门店形象上做升级和重塑；根据当地客群在商圈选择上采用集团化战略；组建一支当地队伍团队，负责推广、财务、人事、产品企划等。

### **11、2022 年度海外市场增长的原因**

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。2022 年海外地区实现主营业务收入 2.19 亿元，同比增长 154.10%。海外市场增长的原因，一是产品力的提升，二是门店调整，三是加大了营销推广的力度，叠加东南亚放开后的经济快速复苏。

### **12、斯搏兹合作情况**

公司全资子公司上海海澜之家投资有限公司与上海海新体育发展集团有限公司共同对斯搏兹品牌管理（上海）有限公司（以下简称“斯搏兹”）进行增资。截止 2023 年 6 月末，上海海澜之家投资有限公司向斯搏兹共计出资 1.6 亿元，持有斯搏兹 40%的股权。

### **13、产品质量管控情况**

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。

### **14、数字化创新与运用**

公司在产品研发、供应链管理、营销宣传等方面不断强化数字技术的运用于创新，持续推进公司的转型与升级。目前，公司正着手建设研发-生产-服务三位一体的海澜之家智慧服装体系，囊括三大特色板块：面向研发端的“前沿智慧大脑”云服实验室，面向生产端的“智能制造生产专家”海澜云服智慧工厂，以及面向服务端的“个性服装智慧定制服务商”海澜致+。

其中，整合企业研发资源成立的“海澜之家云服实验室”项目，以校企合作，行业合作的方式，正在稳步推进中，致力于打造具有突破性、引领性、功能性、实用性的中国服装研发高地，提升公司产品竞争力。云服实验室主要有三个板块：服饰战略研究、纱线和材料的相关研究；检测服务；智能制造软件开发。

### **15、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。 |  |
| 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（ <a href="http://www.sse.com.cn">www.sse.com.cn</a> ），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。 |