

证券代码：002780

证券简称：三夫户外

## 北京三夫户外用品股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2024-004 号

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 年度业绩说明会的全体投资者
时间	2024 年 5 月 17 日 15:00-16:30
地点	价值在线 (https://www.ir-online.com.cn/)
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：张恒 独立董事：张博 财务总监：罗向杰 董事会秘书：秦亚敏
投资者关系活动主要内容介绍	<p>2024 年 5 月 17 日 15:00-16:30，公司在价值在线平台举办了 2023 年度业绩说明会。本次业绩说明会具体问题记录如下：</p> <p>1. 贵司 23 年一季度营收 1.881 亿，扣非利润 680.2 万，税费 1482 万元。24 年一季度营收 1.694 亿，扣非利润 35.41 万，税费 2683 万。请问营收利润都下降，为何反而多交一千多万的税？</p> <p>回复：您好，公司重点发展的 X-BIONIC 品牌 2024 年一季度营业收入同比大幅增加，X-BIONIC 产品毛利率较高，相应所缴纳的增值税及附加税同比增加较大。</p> <p>2. 贵司 X-BIONIC 原计划今年会拓展一些经销商渠道。目前在社交媒体或者线下，都暂未看到一季度有新的经销商线下开 X-BIONIC 的门店。能介绍一下今年 X-BIONIC 经销商的拓展计划和具体进展吗？</p> <p>回复：您好，公司 2024 年上半年在构建独立完整的 X-BIONIC 运营团队，调整品牌营销策略和渠道策略，从品牌营销上更符合 X-BIONIC 全球独树一帜的运动黑科技品牌定位，从渠道上提高选址、面积和形象要求，同时在设计第二代品牌零售形象，并在个别店铺做试点。目前有很多经销商希望合作开拓 X-BIONIC 销售渠道，公司会在二代零售形象完善后，启动自营店铺和经销商店铺的开设。</p> <p>3. 贵司和鼠成立合资公司后，朝国外鼠总部购买产品，账期有没有优化？是否能减少公司的长期库存，优化资金利用率？</p>



**回复：**您好，合资公司克拉特慕森（北京）户外用品有限公司向国外攀山鼠总部购买产品仍然采用一年两次期货加临时订单模式，目前还是货到付款模式，新的账期正在商谈中。随着合资公司销售规模增大和采购成本降低，公司会适当调整采购模式从而减少长期库存，同时采购成本降低以及采购模式调整会优化资金利用率。

**4. 松鼠部落仍然持续亏损。请问贵司和上海悉乐的利润补偿协议有没有明确执行计划？能否保护上市公司的利益？**

**回复：**您好，公司与上海悉乐原股东签署有业绩承诺补偿约定，具体内容请关注公司在巨潮资讯网披露的《关于增资上海悉乐文化发展有限公司暨对外投资的公告》。公司正在以移动互联思维打造互联网在线户外综合素质教育平台，通过创造性的户外活动，有趣的游戏形式，系统的奖励机制，鼓励帮助青少年在大自然中强健体魄，探索自我，发现世界，提升领导力、掌握生存技能和常识。通过线上线下联动，将公司旗下“松鼠部落+鹰极安全教育+三夫小勇士+SANFO HOOD 营地”亲子安全素质教育乐园打造成领先的综合户外教育体系示范营地，提供体能培养、博物探索、生存技能、安全科普培训一站式解决方案，提高亲子板块的经营呈现，保护上市公司利益。

**5. 上海临港今年要开全球最大室内滑雪场。X-BIONIC 有没有跟进开滑雪场店的计划？**

**回复：**您好，X-BIONIC 会继续拓展滑雪场销售渠道，合适、优质的滑雪场公司都会洽谈合作。

**6. 请问贵司一季度线上线下营收分别是多少？同比增幅分别是多少？**

**回复：**您好，公司一季度线上营收约为 7,000 万元左右，基本与去年同期持平。一季度线下营收约为 9,200 万元左右，同比减少约 9%。

**7. 请问松鼠部落今年一季度产生了多少亏损，预计全年会亏损多少？**

**回复：**您好，受市场环境的影响，上海悉乐“松鼠部落”亲子户外乐园通过团购、线上平台、年卡等形式销售门票单价较低，毛利较低，一季度业绩亏损。目前公司正在以移动互联思维打造互联网在线户外综合素质教育平台，通过创造性的户外活动，有趣的游戏形式，系统的奖励机制，鼓励帮助青少年在大自然中强健体魄，探索自我，发现世界，提升领导力、掌握生存技能和常识。通过线上线下联动，将公司旗下“松鼠部落+鹰极安全教育+三夫小勇士+SANFO HOOD 营地”亲子安全素质教育乐园打造成领先的综合户外教育体系示范营地，提供体能培养、博物探索、生存技能、安全科普培训一站式解决方案，提高亲子板块的经营呈现。

**8. 能否详细披露一季度营收下滑的具体原因及数据，同比去年攀山鼠出表的具体影响金额，除攀山鼠外还有哪些原因造成营收下滑？**

**回复：**您好，2024 年一季度，攀山鼠合资公司成为公司的联营公司，其营收对公司整体营收的影响有所变化。一季度如继续合并合资公司的营收，公司整体的营收同比是增加的。实际上，X-BIONIC、CRISPI、HOUDINI 等品牌的营收贡献已经大大减少了攀山鼠合资公司出表带来的营收影响。攀山鼠合资公司不再并入公司财务报表对公司营收短期内有一定影响，随着公司品牌化运营转型的深入，公司营收将逐步提升。

**9. 请问线上购买产品的客户中，来自二三线城市的比列高吗？**

**回复：**您好，公司线上购买客户全国各地均有，整体来看二三线城市购买占比为 40%左右。

**10. X-BIONIC 的中外层产品已经做了两年多了，瑞士公司有向三夫采购吗？如果还没有是因为他们看不上三夫的研发吗？**

**回复：**您好，X-BIONIC 中外层相当一部分产品是中瑞联合研发的。瑞士总部正在和中国公司讨论，计划采购部分中国研发的产品，在国际官网销售。

**11. 您好，X-BIONIC 中外层有些产品外观设计土味十足，毫无特点。请问产品设计是公司自己做还是外包给别人？ 是否有提升计划？**

**回复：**您好，公司前期设计研发了较多款型的产品，推向市场，接受反馈。根据消费者反馈，品牌研发部门在优化品类、款型。同时随着品牌特殊功能纱线和面料供应链解决，今后推出的产品将越来越凸显 X-BIONIC 技术特色和品牌调性。

**12. 松鼠部落一季度只亏了三百万，而 X-BIONIC 产品因为销售很好多交了一千多万的税，而公司一季度总利润只有几十万，请问公司一季度有什么特殊的大额支出吗？ 或者有别的项目产生了亏损，抵消了 XB 的盈利**

**回复：**您好，公司一季度同比增加的税金主要是增值税，增值税对利润没有影响。2024 年上半年公司围绕品牌化运营，进行重大组织机构调整，围绕各个品牌（品牌组）组建独立运营团队，人力成本上升。同时在规划设计各个品牌的相关品牌形象、零售形象，对应费用支出增加。其它没有特殊大额支出。

**13. 增发计划预计什么时候可以落地？**

**回复：**您好，公司定增相关工作在正常有序推进，如有新的进展，公司会及时披露，请关注公司公告。

**14. 贵司说过胡丁尼三年争取做到五个亿的规模。今年有没有信心把胡丁尼先做到一个亿？**

**回复：**您好，Houdini 品牌市场反馈超越预期，本月 21、22 号在上海举行 2025 春夏订货会，有较大数量的商场渠道和专业户外渠道经销商参加，Houdini 品牌从品牌营销到渠道拓展，都会快速展开。



	<p>15. 三夫户外自身销售的攀山鼠应该还在表内吧？请问今年计划销售额是多少？感觉这是一个竞争力很强大产品</p> <p><b>回复：</b>是的，三夫渠道销售的攀山鼠产品计入公司营收。这个品牌总体增速很高。实际上，在组织架构调整到位后，公司的 X-BIONIC、HOUDINI、CRISPI、Mystery Ranch 等品牌都会呈现高速增长。</p> <p>16. 贵司各品牌事业部成立后，和三夫户外集合店，包括线上线下，会是怎样的一种新的关系？</p> <p><b>回复：</b>您好，公司各品牌（品牌组）都已经建立和正在建立各自独立的线上线下运营团队。三夫户外现在由之前的公司零售运营部管理运营，公司未来的规划是，三夫户外也作为一个独立的多品牌多品类专业户外渠道品牌，独立团队运营，和公司的其它品牌是渠道和品牌的合作关系。</p> <p>17. 乔布斯曾经说过，A 类选手只喜欢和 A 类选手合作。贵司在吸引一流人才方面，未来有没有什么计划？</p> <p><b>回复：</b>您好，公司运营，品牌运营，人才为本。公司正在多渠道招募和公司品牌共同发展的优秀人才，欢迎您推荐。</p>
<b>附件清单</b>	无
<b>日期</b>	2024 年 5 月 17 日