

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：2024-026

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、华创证券-刘一怡 2、前海云溪基金-贺平剑 3、农银汇理基金-周宇 4、同泰基金-唐之超 5、嘉实基金-张浩嵩 6、国寿安保基金-吕安琪 7、华商基金-崔志鹏 8、中信资管-李有为 9、中金资管-张敏琦 10、沅京资本-陈华良 11、源峰基金-欧阳婧 12、煜德投资-冯超 13、民生加银基金-刘怵 14、乾璐投资-陈少楠 15、国寿安保-孟亦佳 16、中金资管-项洪波 17、中海基金-谢华 18、沅京资本-汤晨晨 19、新华基金-夏旭 20、煜德投资-孙佳丽

	21、星石投资-蒋京杰
时间	2024年9月6日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	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	<p>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：</p> <p>1、公司对于从前被授权商处收回的暇步士（Hush Puppies）成人装存货公司打算如何管理。</p> <p>公司从前被授权商处收回的暇步士（Hush Puppies）成人装存货，主要采取以线上部分渠道及线下奥莱渠道逐渐出清。公司现有线下渠道分为正价店及奥莱店，正价店将以公司自主设计的当季新品为主、存货为辅，奥莱渠道会以一定折扣逐渐出清存货。为保护暇步士（Hush Puppies）的品牌力，公司预计不会采取较深的折扣快速出清，会控制折扣力度，逐渐用新款更替存货焕新品牌形象。</p> <p>2、如何规划未来暇步士（Hush Puppies）成人装与童装的比例。</p> <p>从市场的发展潜力来说，成人装的市场规模通常情况下是远大于童装的，未来暇步士（Hush Puppies）成人装的业务规模预计将会大于暇步士（Hush Puppies）童装业务规模，所以对于成人装业务公司将重点规划和运营，并力争在近几年保持一个较高速率的增长。童装业务是公司经营了三十多年的传统业务，公司具有一定的经验优势和品牌运作能力，从规划上公司也将继续保持暇步士（Hush Puppies）童装的高质量发展。由于暇步士（Hush Puppies）是全品类品牌，随着成人装业务的不断发展，未来也必将不断带动童装业务的进一步成长。</p> <p>3、根据现在的市场情况，公司是否会考虑推出低价产品。</p> <p>公司不排除为例如“618”、“双十一”这样的大促节点提供少量引流款，但是原则上还是会坚持旗下各品牌的中端及中高端品牌定位。公司认为现阶段的消费者更重注质价比，他们对好品质和好体验的产品始终是很有需求的，所以未来公司仍会围绕不断提高产品品质感和体验感下功夫，在产品力提升的基础上强化品牌力。</p> <p>4、公司的价格策略是怎样的，未来会有何变化。</p> <p>公司为保证旗下品牌中端及中高端的定位，上半年采取的是折扣较浅的价格策略，未参与一些线上超深折扣活动。尽管受到消费市场波动等不利因素的影响，公司上半年毛利率同比</p>

	<p>仍提高 2.36 个百分点，其中线上渠道毛利率整体提升了 3.12%。未来公司仍会以保证品牌力及品牌定位为基础，但会根据不同渠道的具体市场情况，更科学动态地调节各品牌在不同渠道上的价格策略。</p> <p>5、公司线下渠道城市布局规划。 公司旗下品牌为中高端品牌，现阶段主流渠道为一二线城市，未来会加强对购买力和生活方式与一二线城市近似的三四线富裕地区渠道建设，更好地满足及覆盖消费者需求。</p> <p>6、公司上半年订货会的情况。 公司今年上半年举行了三场订货会，分别是水孩儿、暇步士（Hush Puppies）童装、哈吉斯(Hazzys)童装 2024 年秋冬季订货会。秋冬季产品是公司的优势产品，各品牌的 24 秋冬款在围绕自身风格特点的基础上，在产品的面料、功能性和设计感上有了进一步提升，从订货会上看加盟商对几个品牌的秋冬季产品满意度较高，订货金额同比增长 36.09%（所订服装未发货时不确认收入）。从以往数据来看各品牌提货率均在 90%以上，通常在 95%以上。</p> <p>7、公司店铺数量增加与店效有所提升的原因。 2024 年上半年，公司线下店铺数量较 2023 年底增加了 38 家，平均店效同比增长了 9.66%。一方面，公司扩大了经营品类，上半年开始自主经营暇步士成人服装，扩大了门店数量。另一方面，公司继续深化渠道整合，主动关闭了部分微利店铺，开设了部分流量大，形象佳的店铺。同时，原有店铺也升级了产品与店铺形象。综合影响之下，公司的店铺数量有所增加，直营店店效也有所提升。</p> <p>8、公司对于未来分红的计划。 公司本着积极回报投资者的理念，会维持相对稳定的分红比例。随着公司盈利能力的不断提高，在没有重大资本性支出的前提下，不排除后续将进一步提高分红比例。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024 年 9 月 6 日