

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：2024-031

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、银河证券-郝帅
时间	2024年12月2日
地点	公司会议室
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、公司收购暇步士（Hush Puppies）之后收取授权费的模式是什么。 根据行业惯例，授权费通常会参照被授权商的销售收入的一定比例，或者采购金额的一定比例收取，也会根据双方达成一致的品牌发展计划，确定每年阶梯式的保底授权费金额。</p> <p>2、暇步士（Hush Puppies）品牌店铺地区分布情况。 男女装主要分布在华北和西南地区，童装主要分布在华北和华东地区。其他地区部分一二线城市也有线下门店开设。</p> <p>3、公司对于童装未来的规划。 公司旗下童装品牌均为中高端品牌，对于中高端品牌来说，品牌力才是品牌发展的第一动力。公司从设计风格、版型、面料、工艺以及品牌形象等方面进行了全面升级。在产品力整体提升的基础上，将进一步提高消费者对品牌的认知以及增加复购率。童装业务未来将进入高质量发展阶段。</p> <p>4、公司收购暇步士（Hush Puppies）品牌的原因。 暇步士（Hush Puppies）品牌创立于1958年，以著名的</p>

巴吉度猎犬作为品牌标志。产品的设计将永恒的休闲风格、较高的舒适度和品质感完美结合，为世界各地的几代消费者定义了正宗的休闲风格。60多年来，暇步士（Hush Puppies）凭借对该理念的坚持，至今足迹已遍布世界 140 多个国家，2000 多个城市。自 90 年代暇步士（Hush Puppies）品牌进入中国市场，品类齐全，客群广泛，在休闲品牌类已占有一席之地，在此基础上品牌未来发展仍具有巨大潜力。

公司从 2013 年开始经营暇步士（Hush Puppies）童装，至今已超过十年。十年来暇步士（Hush Puppies）童装在公司的运营管理下在中国市场经历了从无到有、从小到大的过程，取得了较好的发展。2023 年，公司收购了暇步士（Hush Puppies）品牌中国大陆及港澳地区的所有权，公司认为收购暇步士（Hush Puppies）为自有品牌后，能够保障暇步士（Hush Puppies）在大中华区的长远发展和公司持续经营的稳定性。另外，收购完成后，男女装、箱包配饰和鞋类等品类的加入将极大地丰富了公司旗下品牌的品类，完善公司多品牌差异化发展战略和多元化全渠道市场布局，并进一步扩大公司自有品牌阵营，必将成为嘉曼服饰未来业绩稳定增长的原生动力。

5、公司童装定位的年龄段。

公司童装产品主要适用于 2 岁-12 岁的年龄段。

6、公司童装男女童款式比例。

公司旗下各品牌男女童款式比例约为 1: 1。

7、未来对于暇步士（Hush Puppies）品牌的宣传推广会有哪些动作。

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，包括但不限于明星代言、明星探店、赛事赞助、明星同款、达人种草、线下硬广、线上引流、日常地推活动等，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。

8、公司资源如何在各品牌间分配。

公司会基于旗下不同品牌发展阶段，在产品升级、渠道建设、宣传推广等不同节点进行资源分配。例如水孩儿品牌产品升级已经接近尾声，近期将开始加强对水孩儿品牌宣传推广方面的投入，目前已在全国 28 个城市进行了广告投放，后续会继续通过多种形式进一步提升品牌知名度和美誉度。

	<p>9、公司现金非常充裕，未来是否考虑分红及并购相关计划。</p> <p>未来若有合适的标的，会考虑把握时机继续并购，以达成业务协同、品类或品牌扩张的战略目标。对于分红，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12月2日