

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

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	兴证全球、交银施罗德、睿郡资产、国盛证券、长盛基金、华夏基金、国投瑞银、汇添富基金、阿布扎比投资局、长江证券、申万宏源、兴业证券、光大证券、中信证券、东吴证券、东方证券、个人投资者等	
时间	2025年4月-6月	
地点	江阴、上海等地	
公司接待人姓名及职务	董事、董事会秘书 汤勇先生	
交流的主要内容及回复概要： 公司 2024 及 2025 年一季度业绩情况 2024 年，面对复杂多变的国内外环境，公司以消费需求为核心导向，深化品牌价值，迭代产品创新，稳固服装主业，加码运动赛道，加快全球化步伐，积极探索品牌服饰集合店新业务，培育新的增长引擎。2024 年度，公司实现营业收入 209.57 亿元，归属于上市公司股东净利润 21.59 亿元；2025 年一季度，公司实现营业收入 61.87 亿元，归属于上市公司股东净利润 9.35 亿元。 公司 2025 - 2030 年发展战略 我们提出的“2025 - 2030 年战略升级计划”聚焦以下战略方向：聚焦服装主业，创新品牌管理与零售；拓宽品牌版图，双向链接中国与世界；普惠品质生活，满足人们的美好追求。详见公司 2024 年年度报告。 未来，公司将以“聚焦品牌、拥抱全球、普惠生活”为方针，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，通过创新品牌管理与零售，拓展服装零售新业态，将海澜之家集团打造成为世界一流、中国领先的品牌服饰零售集团。同时，公司将输出自身优势能力，为优质品牌赋能，与全球优秀品牌深度合作，探索品牌管理和服饰零售新可能，双向链接中国与世界，让更多人享有美好的生活方式。

公司 2024 年度分红

公司以 2024 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 1.80 元（含税），以此计算合计派发现金红利 8.64 亿元（含税），并已于 2025 年 7 月 10 日发放完毕。

公司 2024 年半年度已向全体股东派发现金红利 11.05 亿元（含税），加上本次派发的现金红利 8.64 亿元（含税），2024 年度现金分红总额为 19.69 亿元（含税），占公司 2024 年度归属于上市公司股东净利润的比例为 91.22%。

公司主品牌门店情况及未来开店计划

2024 年，公司重点覆盖核心商圈与潜力增长区域，积极与标杆商场合作，成功进驻苏州中心、南昌万象汇等商场。报告期末，海澜之家系列门店总数达 5,833 家，其中直营门店 1,468 家，占比 25.17%。

未来，公司将继续以“精布局、高品质、强体验”为指引，深化与标杆商场合作，稳步进入优质商场，引入数据分析和数字化管理工具，提高运营决策的精确性与效率，优化门店整体质量。

海外业务发展情况及未来布局计划

2024 年，公司根据“扎根东南亚、辐射亚太、着眼全球”的海外发展战略，持续加码品牌“出海”，在深耕马来西亚、泰国、越南、新加坡等成熟市场的同时，积极拓宽中亚、中东等新市场，并在马尔代夫和肯尼亚开出海澜之家首店。2024 年，海外地区实现营业收入 3.55 亿元，同比增长 30.75%，期末海外门店总数达 101 家。

未来，海外市场将深耕马来西亚、越南、新加坡等成熟市场，继续加强对菲律宾、印尼、中东、中亚、澳洲等新市场的拓展，完善品牌布局，以更具国际化的门店形象，提升品牌国际影响力。

京东奥莱业务发展情况

京东奥莱是公司与京东合作推出的城市奥莱业态，主打“大牌低价”的策略，在线下开设京东奥莱折扣店，旨在让消费者在身边就可以购买更高性价比的大牌正品。主要经营运动户外、男女装、儿童、轻奢及美妆等品类，门店汇聚了包括耐克、阿迪达斯、彪马、安德玛、亚瑟士、北面等运动户外品牌，蔻驰、MCM等轻奢品牌，迪奥、纪梵希、雅诗兰黛、SK-II、CPB等美妆品牌，以及知名男女装等品牌。

2025年以来，京东奥莱在江苏、山东、河南、河北、安徽等地加速布局，截至2025年4月末，门店数量已达12家。未来，京东奥莱业务在持续拓展线下门店的同时，力争与全球更多的优质品牌深度合作，丰富品牌产品矩阵，为更多消费者提供更多物美价优的品质商品。

阿迪达斯 FCC 零售业务情况介绍

阿迪达斯 FCC 业务是阿迪达斯中国与公司共同推出的针对新兴市场的全新产品线，该产品线定位于为消费者提供更高性价比的产品。公司通过控股子公司斯搏兹独家授权代理阿迪达斯 FCC 系列产品在中国大陆的零售业务。通过买断方式向阿迪达斯品牌公司采购产品，在经授权的线上及线下实体门店进行销售。线上主要在天猫、京东及抖音等平台开设网店进行销售，线下主要在街铺、商场等开设实体门店进行销售。截至2025年4月末，公司授权代理的阿迪达斯门店数量达433家。

公司的核心竞争力

公司的核心竞争力主要体现在以下几个方面：1、品牌及营销优势；2、管理优势；3、营销网络优势；4、信息系统优势；5、经营模式优势。详见公司披露的半年度报告及年度报告。

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。

--	--