

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：2026-003 号

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	华创证券：刘一怡、张梓萱、周星宇、陈 蕾 天风证券：孙海洋、龚 理 国海证券：周 毓 惠通基金：赵旭诚、刘利钊 甬兴证券：徐晓浩 融通基金：马春玄、关 山 方正证券：陈佳妮 浙商资管：蔡玮菁 前海开源：毕建强 青骊投资：于利强 巨杉资管：何 川 安信资管：刘亚洲 南方基金：鲍宇晨 天治基金：王 娟 长城基金：韩 林 万和证券：范慧华 重阳投资：陈 心 四川量化：宋文嘉 华泰资产：吴张爽 煜德投资：孙佳丽 东北证券：苏浩洋 华西证券：刘耀泽 格量资产：鲍 丹 浙商证券：钱洁磊 国金证券：杨雨钦 中金公司：万艺澎 长盛基金：赵万隆 茸门投资：陈梓英 翎展投资：邵琮元 东方红：孟博 旭松资本：刘昌海璐 建信养老：徐 瑞 华源证券：周宸宇 裕瑞资管：梁 伟 中泰证券：吴思涵 富国基金：房昭强 创金合信：张小郭 杭州弈宸：沈锋强 勤辰私募：生名扬 乘是资产：郑尚海 上海证券：路 遥 太平养老：赵 莹 兴业证券：赵 宇 东吴证券：赵艺原 益恒投资：黄成略 信达澳亚：王宇豪
时间	2026 年 4 月 29 日 10:00-11:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：张恒 董事会秘书：秦亚敏
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、介绍公司情况</p> <p>2025 年，公司实现营业收入 95,561.87 万元，同比增长 19.41%。归属于上市公司股东的净利润 5,335.12 万元，同比增长 348.21%。其中，X-BIONIC 品牌实现营业收入 39,377.53 万元，同比增长 35.85%；HOUDINI 品牌实现营业收入 10,876.34 万元，同比增长 69.07%；CRISPI 实现营业收入 10,942.38 万元，同比增长 17.68%；LA SPORTIVA、MYSTERY RANCH、DANNER 三个品牌总计实现营业收入 15,281.70 万元，同比增长 26.58%。</p> <p>2026 年一季度，公司实现营业收入 26,384.83 万元，同比增长 35.99%；其中，X-BIONIC 品牌实现营业收入 11,691.47 万元，同比增长 53.70%；HOUDINI 品牌实现营业收入 2,625.23 万元，同比增长 11.53%；CRISPI 品牌实现营业收入 2,930.57</p>



万元，同比增长 17.92%；LA SPORTIVA、MYSTERY RANCH、DANNER 三个品牌总计实现营业收入 3,575.54 万元，同比增长 37.65%。

公司 2025 年度和 2026 一季度的业绩表现，是公司聚焦户外产品主业、聚焦自有品牌和重点代理品牌运营成果的体现。2026 年，公司的经营重点为：（1）渠道方面，快速拓展 X-BIONIC 线下销售渠道。目前公司已在北京蓝色港湾、西红门宜家荟聚、世纪金源、798 艺术园区、首创奥莱、哈尔滨西城红场、长春欧亚卖场、沈阳万象城、上海青浦奥莱等都有大的新店或扩店计划，这些店铺将在今年 5 月到 10 月期间陆续开业。（2）产品方面，公司将和瑞士国际研发团队联合重点推动 Terraskin 越野跑系列，国内重点推出战术户外产品品类。（3）品牌营销方面，将较大幅度增加营销投入，围绕新店开业、新产品和新品类的推出，加大营销推广力度。2026 年，公司将继续围绕自有品牌和重点代理品牌展开运营，保持公司业绩良好增长。

二、Q&A

Q1：公司第一季度业绩核心驱动力来源于什么？

➤ 首先户外用品消费是当前消费热点，行业整体增长态势良好。公司现已转向品牌化运营，在产品研发、品牌营销、线上线下渠道布局方面的工作推进稳定，本身具备增长基础；其次，公司运营的 X-BIONIC、HOUDINI、CRISPI、LA SPORTIVA、DANNER、MYSTERY RANCH 等品牌各具特色，尤其是 X-BIONIC 国内研发的产品将户外功能与舒适简约设计结合，适配日常通勤和户外运动多场景使用，符合市场需求，共同推动了一季度的增长。未来随着品牌营销力度加大，增长会进一步提升。

Q2：公司主品牌的发展规划是怎样的？新推出的战术户外店的规划是什么？

➤ 2026 年公司首个运营重点是快速拓展 X-BIONIC 的线下销售渠道，相关店铺将陆续在五一到十一期间开业：规划的门店包括北京蓝色港湾、西红门宜家荟聚、世纪金源、798 艺术园区、房山首创奥莱（首创奥莱共 4 个店，预计五一期间会有 3 个店开业，5 月底还有 1 个店开业），哈尔滨西城红场（300 m²+）、长春欧亚卖场店（从 200 m²+扩到 400 m²+）、沈阳万象城（从 100 m²+扩到近 300 m²）、上海青浦奥莱等，都会在 2026 年落地新店或扩建计划。同时，从 2026 第二季度开始，公司将较大幅度增加营销投入，营销将围绕核心门店开业、新产品、新品类推出、联名合作展开，希望进一步扩大 X-BIONIC 品牌的知名度，实现品牌破圈。

X-BIONIC 品牌今年会重点推出战术户外系列，并在部分门店陈设战术产品户外系列专区，提升品牌特色，增强线下消费客户体验。

Q3：HOUDINI 品牌 2026 年整体规划和发展目标是什么？

➤ 2026 年是 HOUDINI 品牌提效提质年，同时作为品牌进驻中国市场 2 年有余的战略调整年与高质量发展年，优先夯实品牌核心调性，以精细化运营实现可持续发展。具体规划为：精选优质门店进行深度合作，扩容升级，提升单店运营与营收效益；上海浦东嘉里城品牌店扩容，打造 400 m²+全球旗舰店，树

	<p>立高端品牌形象；提升国内外品牌声量，强化高端户外定位；优化供应链管控，保障产品供给品质；适配亚洲消费者，完成产品版型优化与 SKU 拓宽等。</p> <p>Q4: X-BIONIC 品牌供应链情况怎么样？</p> <p>X-BIONIC 供应链按照品类分为国际和国内两部分：功能内衣、运动袜由瑞士负责研发，在欧洲生产，公司直接从瑞士采购；鞋子目前在意大利研发，越南生产，计划于 2026 年 5 月推出 Terraskin X03 款鞋品。关于中外层品类，25%的中外层产品为国际供应链生产，75%的中外层产品在国内生产，国内供应链在研发效率、生产效率、品质管控方面都十分高效，是公司的核心优势之一，目前中外层产品供应链稳定高效。同时，公司将新增中国本土鞋品研发团队，主要研发兼顾户外、运动和都市穿用的多功能鞋品。</p>
附件清单	无
日期	2026 年 4 月 29 日