

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：2016-003 号

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研	<input checked="" 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	<u>公司名称</u>	<u>姓名</u>	<u>公司名称</u>	<u>姓名</u>
	博时基金	唐亮	民生加银基金	刘洋
	道睿择投资	赵骐	民生证券	赵令伊
	典石投资	徐彦锋	上投摩根基金	刘亮
	东北证券	李瑶	申万宏源	秦聪
	东北证券	邵桂龙	神农投资	李京朋
	东北证券	王越	太平洋证券	刘丽
	东方证券	朱韵	太平资产	刘晟
	方正富邦基金	关旭	沃珑港投资	刘金磊
	广发证券	洪涛	物产资本	曲芳
	国美金融	吕阳	相聚资本	张翔
	海通证券	丁凌霄	新沃基金	冯湘园
	海通证券	梁希	新沃基金	王培州
	海通证券	刘欣	星石投资	蒋京杰
	海通证券	任思好	野风资产	宋思言
	海通证券	吴尹	亦庄国际投资	李翠莲
	泓嘉基金	王聪	银华基金	穆森
	华安财保资产	程星烨	银华基金	王翔
	华创证券	陈凯茜	英大保险资产	聂秀欣
	华璞资管	薛文鉴	远东国际	刘明钊
景泰利丰资产	吕伟志	中信证券	邵璟璐	
聚睿投资	陈俊良	中英益利	王栋	
聚睿投资	汲亚飞			
时间	2016年11月3日 14:30-15:40			

地点	北京市西城区北三环中路 27 号商房大厦会议室
上市公司接待人员姓名	董事长/总经理：张恒 副总经理/董事会秘书：周春红 财务总监：钟本军
投资者关系 活动主要内容介绍	<p>问：赛事运营方面的盈利模式？ 答：三夫赛事已开始盈利，现有几种不同的模式。一方面，地方政府有赛事需求，希望以此打造知名度。另外有些企业比如房地产公司等也有这方面需求。三夫不会为做赛事而做赛事，不会做给钱让别人来参赛的事，我们的模式都是组织专业的、以盈利为目的的，比如三夫的铁人三项赛，700 元报名费还经常报满，广大运动者对组织质量较好的赛事本身就有很大的需求。我们目前 80% 以上的赛事都是盈利的。我们对参赛者收费，而政府、企事业单位也会付费，还有赞助商的赞助。我们以后还会把赛事和户外旅行嘉年华结合起来，比如上次去阿尔山就在当地成立了一个户外旅行公司，受到了当地政府支持。这些美丽的自然环境适合做旅游嘉年华，做成旅游与赛事相结合的形式。</p> <p>问：营地和培训方面会和中小学合作吗？营收空间多大？ 答：一定会的。教育部有相关规定中小学生每周要有 4 小时户外活动时间，但学校很多时候担心安全问题，不放出去，还是在操场上进行。根据我们和学校的交流，学校其实对我们这种高品质的、安全的、内容到位的专业营地培训和体验是非常有需求的。我们组织到位、专业、环境安全，学校会很放心的把孩子送到我们这里。我们会系统的和学校合作。我们初步估算培训市场容量大概有 1000 亿左右。</p> <p>问：赛事方面的收入情况如何？ 答：今年大概有 70 场左右赛事，预估全年有 1000 多万收入，我们打算未来每年要做 200 场精彩的大型赛事。</p> <p>问：组织那么多赛事，人手够吗？ 答：现在 70 场，赛事团队 30 人，未来要变成 200 场，因此人是不够的，我们肯定要扩充团队。</p> <p>问：赛事方面的行业竞争者？我们的优势？ 答：现在陆续出现了很多赛事组织公司，城市马拉松居多。但是三夫的赛事覆盖面更广、种类更多，我们有山地马拉松、铁人三项赛、越野跑等，这方面我们的经验还是很丰富的。同时我们确实感受到国内现在风起云涌地出现了多家赛事公司。但很多赛事公司没有长久性，因为没有根基。而我们的赛事是网络性的，比如营地教育从小培养孩子对户外运动的热爱。户外越野跑、香山跑等活动也是系统的，同时赛事的背后还有连锁零售平台，这是相互辅助的业务链，是一个系统。赛事是我们整个业务体系中的一个重要组成部分，所以我们的赛事会很持久、稳定。</p> <p>问：行业增速下降，但是我们的收入增速好像比行业增速更慢？是因为被电商分流了吗？ 答：整个行业确实受到影响。现在行业里电商渠道增长很快。三夫自己的电商增长也很快。三夫原来以实体店为主，但与其他公司相比，三夫在行业内已经</p>

算受影响和冲击较小的，收入增长维持平稳。

问：户外品牌大多是国外品牌？国内品牌有何发展？

答：在设计、用料、理念等方面国内品牌确实有一段路要走，需要较长时间的发展和去学习去追赶国际品牌。中国一定能追上，但是需要时间。

问：赛事赞助商方面，我们从原来合作的户外品牌商那里拿赞助还是其他来源的广告商？

答：都有。比如之前有 TNF 赞助，上周顺义的赛事是顺义政府赞助，下周大阳山的活动就是大阳山所在当地政府出资，还有一些是房地产公司赞助。还有一些饮料、汽车品牌在和我们联系，他们希望我们把赛事规模在扩大一点然后就可以形成稳定的赞助合作关系。

问：户外赛事方面，我们的特色？

答：户外赛事、运动、旅行结合，是我们的特色。比如在一些非常美的风景区，我们就一年年的把赛事办下去。

问：营地方面，是盈利密集型吗？这个行业是不是不太适合大公司生存、而适合中小型工作室？

答：工作室和大型公司都可以适应，也有各自优势。赛事和营地背后的安全设计体系和大规模后勤支持等等，都需要大公司去做。

问：公司的大多数消费者是专业发烧级的，如果把品牌线扩充太大的话，会影响公司的专业形象吗？店铺已经较为固定了，对未来发展够用吗？

答：不会影响。如跑步、儿童等方面，我们引进的都是国内外最好的品牌，每一类都有最专业品牌，我们扩充品牌是把运动种类覆盖的更全面，不影响我们专业性的定位。要真正大规模引入大型装备的话，就要重新考虑店铺模式了。

问：青少年营地方面 1000 亿规模是怎么估算的？

答：只是初步的测算。先根据一线城市和省会城市算。全国中小学 2 亿学生，一线+省会是 1000 多万，再加上其他二三线城市的学生，假设一个孩子 3 万多元投入运动休闲类消费，其中 10%投入户外培训体验教育学习，这样推算出 1000 亿左右的规模。

问：青少年培训以北京市作为样板吗？营地培训方面有什么行业门槛，公司有什么优势？

答：我们这次定增拟在 7 个城市北京、上海、长沙、苏州、杭州、广州、深圳建设户外运动综合运营中心，有些地方已经启动，营地考察已经进行的相当深入，哪一个城市最先开始的话不好讲，会和体育部门、教育部门协调。营地这一行虽然没有太大的门槛，但是很需要团队资金、课程体系、营地设计建设等等各方面的综合资源优势，还有对安全、品质的背书要求也很高。三夫没有绝对的优势，但我们确实拥有综合的优势，当地政府也很希望和我们合作给予我们支持。营地这块业务明年上半年就会正式启动，当然之前就会有活动，比如提前请国际营地培训专家来给国内辅导员做培训，这些会早一些开始。

问：零售业务有自有品牌吗？

答：有，一个叫三夫，一个叫阿尼玛卿。自有品牌销量规模小，占总收入中的3%。整体仍以国际、国内多品牌代理为主。今年已推出“kidsanfo”儿童户外新品牌。

问：营地部分的业务收入？利润率如何？

答：营地收入还没有，这是一块全新的业务，未来即将启动。我们不会介入重的营地基建，而是围绕培训本身和赛事，主要输出营地的设计、运营、理念、管理体系、人员。净利润率初步测算在20%左右。

问：赛事和营地业务会和当地政府分成吗？

答：未来会同时有不同的模式。有些营地完全自营，有些会和当地国有企业建立合资公司去分成。

问：营地业务的准备情况？

答：从国内外请了专业人员，还有美国的户外专家、营地专家、课程培训师，团队核心人员已经到位，未来会根据项目实际情况扩充团队。
前期和体育总局沟通，总局青少司很支持，他们对营地项目态度积极，只要我们的营地建设好，未来他们可以授予我们优秀营地等认证。

问：销售方面有三五年的规划和目标吗？

答：我们线上大力投入，线上收入增速目前是75%，未来还将保持50%以上的高速增长。对于实体店，我们的态度是稳健，每年3-5家旗舰店。营地也会加大投入。另一方面，大客户销售也会有较好增长，不过大客户销售收入不是很稳定。

问：营地业务，核心团队出走的风险？

答：有可能，这是市场正常的流动行为，我们持相对开放和欢迎的态度，更多人做的话整个行业会更好，我们要做的就是做好功课留住人才，做好员工保障、股权激励等方面。

问：营地方面与政府的合作？

答：营地方面，很多资源掌握在政府手中，所以我们就要大力的和政府合作。我们和政府合作有不同的模式，比如在宿迁，政府想大力开发电商，政府出资邀请我们为园区内企业组织马拉松赛事，那合作契机就是当地的电商，。将来与不同政府有不同的合作模式。

问：户外用品零售增速下降的核心原因是什么？未来何时行业拐点？并购基金的进展？

答：增速其实并没有掉下去，因为销售渠道分散了，网络上很多东西没法统计。另一方面，很多网络假货、小黑工厂对行业造成不好影响。等什么时候每个人每个月有三四次户外活动，一两个月有一次大型户外赛事或营地活动就到了拐点。

	<p>并购基金规模 3 亿，首期 1 亿，基金注册已经完成。我们已经接洽了大量标的，成规模的比较少，我们态度谨慎，挑选优质标的，总体处于快速推进当中。</p> <p>问：关于赛事运营，目前大多数赛事在景区吗？每个景区每年能承载的赛事规模？三夫和他们的合作粘性？</p> <p>答：粘性很好，比如香山月赛，去年加今年至今已经 14 场，11 月 19 号还有一场年终赛。</p> <p>问：赛事无法快速扩张主要是受限于人力吗？</p> <p>答：我们今年达到了 70 场，扩张速度已经很快了。</p> <p>问：营地培训安全方面，公司有哪些安全措施考虑？就算做好安全措施，也难免有安全意外，一旦发生该如何应对？</p> <p>答：指导员的安全培训、工程建设质量、保险等方面都要做好。既然是针对青少年的营地，我们一定会把安全放在第一位。</p>
附件清单	无
日期	2016 年 11 月 3 日