

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：2021-001 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	大合众邦 邵 健 泓牛资本 王 聪 华金证券 蔡宏宇 玖悦投资 刘素梅 凯诚资本 张 雪 陕西文投 张语杨 亿达投资 黄 克 云宏资本 唐子林 中富投资 殷文彬
时间	2021 年 2 月 5 日 10:00-11:30
地点	北京市昌平区陈家营西路 3 号院 23 号楼三夫户外会议室
上市公司接待人员姓名	董事长/总经理：张恒 财务总监：罗向杰 战略投资部副总经理：李航 研发部总监：林冬青 证券事务代表：王静
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、三夫户外董事长张恒介绍公司基本情况：</p> <p>三夫户外成立于 1997 年，第一家门店在北大东门外，面积只有 20 多平米，早期公司以线下独立街边店为主。90 年代是户外发展的萌芽阶段，从 2005 年开始户外市场正式进入国内，2006-2013 年在国内快速发展，是第一个黄金发展期。三夫抓住了黄金时期，在全国陆续开设多品牌户外专业连锁店。2011 年改制，2012 年报会，2015 年在深圳中小板上市。</p> <p>公司上市后业绩表现不佳，主要原因是这几年一直处于业务转型调整期，并逐步关闭了 20 多家低效的独立街边店，将开店方向由独立的街边店转移到客流量较大的购物中心。截至目前转型工作基本完成。</p> <p>公司原主营业务为：户外用品连锁零售（包括：线下直营连锁店[19 个城市 43 家门店]、线上电商[天猫、京东、微商城等]）；活动赛事、企业团建。近年来主要开展的新业务：“松鼠部落”亲子户外乐园；针对疫情开展的口罩业务；收购 X-BIONIC 品牌相关 IP。</p> <p>瑞士高端时尚运动品牌 X-BIONIC 定位高端，具备科技感、功能性，连续 11 年获 83 项 Plus X 创新技术大奖，54 个欧洲 IF 设计大奖，连续 15 年获 40 项德国红点奖，628 项国际注册商标，超过 800 项国际技术专利，788 项国际奖项和产品测试认定，2012 年 IF 全球创新品牌评选第 19 名，服装纺织类第 1 名。欧洲有超过 20 个国家队使用 X-BIONIC 的产品作为体育竞赛装备，穿戴 X-BIONIC 产品的运动员在包括冬奥会在内的国际滑雪大赛中，获得了超过 1,200 枚奖牌，兰博基尼、彪马选择与其共标生产高端产品。今年第 15 届玄奘之路商学院戈壁挑战赛，冠军队伍穿着的就是 X-BIONIC 品牌，现已逐渐成为越野跑和滑雪大赛的优选装备。中央电视台 CCTV-10《科技之光》栏目，曾播出过 X-BIONIC 品牌实验</p>



室测试研究的专题栏目，该品牌的内衣整体采用电脑程序编织控制织造，非常具有独特性。视频中对穿着普通运动衣物及 X-BIONIC 仿生功能服装在高温及低温环境下的运动进行了测试，X-BIONIC 呈现出了巨大的性能优势。

2018 年公司和瑞士方签署 X-BIONIC 中国区独家代理协议，2019 年 3 月双方签署战略合作框架协议，5 月达成战略合作，之前 X-BIONIC 主要产品为功能性内衣和运动袜，根据战略合作协议，开始中国、欧洲联合研发，在中国生产中层和外层产品，预计 2021 年推出全线产品，涵盖跑步、越野、滑雪、户外、都市商务等系列。2020 年 9 月公司收购了“X-BIONIC”、“X-SOCKS”两个核心商标以及 34 个相关商标和 25 项专利、4 项专有技术等 IP 所有权，对价是 1,029.5 万瑞士法郎约合 7,800 万元人民币。

X-BIONIC 将成为公司今后几年的核心发展战略。未来发展两个方向：（1）大众体育运动方面：“把汗水转化为能量”的技术特别适合路跑、马拉松、运动健身人群，公司计划将其打造为具有科技功能、能够提升运动表现的高端功能运动品牌，比肩国际知名体育品牌。（2）户外运动方面：比如冰雪运动、越野跑、登山、户外等，同时涵盖商务、日常穿着方面的应用，突出其在仿生学方面的技术，突出产品的科技性、功能性，构建产品系列齐全的高端户外运动品牌。公司已组建研发团队，新产品将陆续推向市场，营销团队、渠道团队正在组建中，这个品牌未来发展也存在一定的挑战，但以我们对户外行业的理解，X-BIONIC 品牌具备成为优秀运动品牌和高端户外品牌的潜力。

我们希望在 2-3 年内将 X-BIONIC 品牌打造为体育运动和户外活动领域的成功品牌。

本次非公开发行募集资金 2.47 亿元将用于 X-BIONIC 高科技时尚运动品牌建设与运营项目。

二、Q&A

Q1: X-BIONIC 内衣系列的产地？

➢ X-BIONIC 功能内衣及运动袜系列是国际线产品，在瑞士研发意大利生产。这两个系列目前我们希望保持欧洲血统，维持高端的定位。

Q2: 请介绍一下公司产品设计团队背景？

➢ 公司目前有 7 位设计师，还有版型师、工艺师，材料开发人员、品控人员、版房操作人员等产品开发人员配置，通过和瑞士总部设计团队，以及和欧洲设计工作室，国内设计工作室共同合作，开发各项户外运动产品。公司还和国际知名材料商包括 Pertex、Schoeller、Polartec 等建立合作关系，共同研发和生产产品。

Q3: 如何借鉴始祖鸟的经营思路来营销 X-BIONIC 品牌？

➢ 我们会借鉴高端品牌的价格管控体系和产品理念，优选材料，从企划，设计、工艺、品质等都会进行严格把控，但始祖鸟品牌发展近 20 年，我们计划用 3 年时间将该品牌发展壮大，所以在营销方面存在较大挑战。

Q4: 与冬奥的合作都有哪些？

➢ 冬奥官方已有独家冠名赞助商，我们正在小范围的与一些专业队合作。来自欧洲的瑞士国家高山滑雪队、德国队、法国队等国家队都会参赛，X-BIONIC 已经是个别队伍和个别运动员的赞助商，所以我们会有其他方面的市场合作。目前公司更多的是在滑雪方面对 X-BIONIC 品牌进行推广，包括通过 KOL



	<p>宣传，开店，品牌授权等。</p> <p>Q5: X-BIONIC 品牌内层、中外层未来的销售占比?</p> <p>➢ 目前内层销售占比较高，但随着中外层的推广拓展，待市场成熟后，内层销售预计占比为 20%。</p> <p>Q6:目前公司的存货问题?</p> <p>➢ 公司目前的存货主要是以前的多品牌库存，随着奥莱渠道的建设，基本不会再有增加，但 X-BIONIC 在前期研发过程中有可能会增加库存，待运转成熟后将会逐步缓解。</p>
附件清单	无
日期	2021 年 2 月 5 日