

证券代码：003016

证券简称：欣贺股份

欣贺股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2021-002

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	长江证券-雷玉；国金证券-李婕、杨欣；农银汇理；浙江巽升资产管理有限公司；金元顺安基金管理有限公司；恒泰证券股份有限公司；南方天辰（北京）投资管理有限公司；国联证券股份有限公司；交银施罗德；新华基金；西藏源乘；广发自营；上海珈元资产管理有限公司；上海允文资产管理有限公司。
时间	2021 年 4 月 28 日
地点	公司会议室（电话会议）
上市公司接待人员姓名	董事会秘书朱晓峰、财务管理中心杨霞
投资者关系活动主要内容介绍	问题一，介绍公司近期的经营情况 2020 年上半年受疫情较大，下半年持平，整体下降 6%，利润 1.78 亿元，同比下降 26.4%；归属于上市公司股东的扣非后净利润为 1.73 亿元，同比下降 27.03%。2021 年国内疫情控制较好，公司 2021 年第一季度实现了较好的增长，同比增长 32.72%，净利润 9459 万元，同比增长 139%。 问题二，公司经销商渠道如何管理和规划？未来新三线城市的拓展若以直营为主，对公司相关人员储备、管理系统准备如何？ 20 年，公司经销收入占比 5%，公司经营模式主要还是以自营模式为主。

	公司对经销模式按类直营化管理体系进行管理，在店铺形象、销售服务及货品折扣上统一品牌标准，公司目前自营规模逐年递增，自营大区的人员储备及管理已比较成熟，未来拓展新三线新店将由现有自营大区辐射周边下沉市场进行管理，自营大区搭建人才梯队，按照拓展计划提前进行人员储备。 问题三，公司电商渠道主要有销售渠道有哪些？ 电商渠道盈利能力如何？ 目前，公司的电商主要销售渠道为天猫和唯品会，其中天猫平台，近几年占比在公司电商收入的 50%以上。电商收入连续三年保持增长趋势，公司也将积极探索线下、线上的互动交流，发展新兴渠道，寻求利润的进一步增长。 问题四，公司供应链效率的提升带来哪些经营层面的改善？ 公司通过优化供应链体系的与信息系统升级，并启用智能化、自动化的生产及仓储物流中心，明显提高了供应链的效率，对经营方面的改善主要体现在： 1) 提升主要提升了采购、生产、仓储物流、销售等跨部门合作的协同性和工作效率，有助于降低物流成本费用，提升盈利能力； 2) 升级信息系统实时跟进采购、生产和销售情况，提高生产、销售、采购、设计等部门的协作效率，缩短产品创造周期，以满足公司的销售增长对供货的需求，提升公司供应链的快速反应能力； 3) 供应链体系加强了数据分析能力，运用 BI 大数据分析 & 云仓系统功能，供管理层了解库存数据，制定库存销售及追单计划，提升管理效率。 公司未来将继续以生产及物流配送中心为依托，加大智能化设备的投入，以提升供应链的整体运作效率，为销售业绩提升提供有力保障。 问题五，公司未来探索新三线城市，是否会在产品结构方面调整，产品价格以及毛利率是否较之前有变化？ 公司专注于女装的生产、设计和销售，2020 年女装服饰占总营收的 99.67%，其中成衣占比 98.54%，配件等其他占比 1.46%。短期内产品结构变化不会有太大调整。公司已形成了差异化的品牌矩阵，从各品牌的产品风格、定
--	--

	位和客群拓展渠道。未来在拓展“新三线”渠道方面，首先瞄准的是具有消费能力的城市，同时公司的高毛利源自公司对品牌的高标准、高质量的形象要求，无论店铺开设在哪个级别的城市，是自营还是经销，公司的店铺形象、产品价格都是统一的，且公司对新品的终端销售折扣也统一管控，对公司的毛利率和产品价格不会有过大影响。 问题六，公司如何看待存货跌价损失？有什么规划？ 公司 20 年计提存货跌价损失 1.17 亿元，19 年 0.93 亿元，主要系公司 18 年开始发展以自营为主的店铺经营模式，自营收入占比 20 年达到 73%，在 18 年的调整阶段，公司产生不少存货，该部分存货的减值大部分体现在 20、21 年，故存货跌价损失有所增加。 公司已加强重视存货管理，制定了当季新品售罄率考核及各品牌过季库存考核，目前主力通过奥莱渠道消化过季库存。同时 20 年，启用全渠道库存管理模式，结合终端的伯俊 POS 门店系统，特针对公司的库存特性，上线了伯俊云仓功能，对终端门店的货品进行智能的调转配，2020 年存货余额较上年期末同比下降 13.06%，未来公司将已智能化仓储物流配送中心为依托，加大自动化、智能化的仓储设备投入，同时持续优化公司信息系统，以持续提升公司的库存管理水平。 问题七，公司 2021 年在渠道方面重点规划如何？ 公司长期深耕中高端女装，出于对品牌的声誉的珍惜，在场景要求、开店位置比较有要求，终端店铺数量一直保持比较稳定的状态。目前国内疫情控制较好，公司销售模式基本调整到位，供应链中心也在积极优化，未来将结合公司募集资金投资项目，深化一二线，拓展三四线，寻找适合公司的店铺，提升店效，未来成为更有竞争力的企业。
日期	2021 年 5 月 6 日