

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：2021-002 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	常大信息 马勋正 凤凰天宇 张博宁 国都创业 姜新月 湖南轻盐 刘泽雨 鹿驰投资 庞晓莉 邵夏资本 邱 梦 星火创投 王元平 盈辉资本 谷 利 浙商创投 岑森绅
时间	2021 年 4 月 30 日 10:00-11:30
地点	线上会议形式
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 董事会秘书：秦亚敏 品牌发展部总监：蔡伟明 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>1、公司 2020 年年报及 2021 年第一季度报告情况</p> <p>2020 年度公司实现营业收入 46,748.78 万元，同比增长 16.21%，归属于上市公司股东的净利润-6,545.34 万元，同比减少 120.12%。净利润亏损，主要是受计提存货跌价准备、长期股权投资减值准备、商誉减值准备的影响。其中，商誉减值准备是对上海悉乐文化发展有限公司提取的商誉减值，公司 2019 年投资控股上海悉乐，受新冠疫情等因素的影响，上海悉乐 2020 年度经营业绩未达预期，但是今年一季度运营情况良好，营收、客流等方面呈现大幅增加。基于谨慎性原则，计提商誉减值准备；长期股权投资减值准备是对联营企业宿迁三夫金鼎投资管理中心投资的深圳市古德菲力健康科技有限公司提取股权减值，公司 2016 年与北京方圆金鼎投资管理有限公司共同投资设立三夫金鼎户外产业并购基金，基金于 2017 年投资古德菲力，受新冠疫情影响，古德菲力经营业绩大幅下滑，计提长期股权投资减值准备。</p> <p>2021 年第一季度公司实现营业收入 12,882.16 万元，比 2020 年第一季度增加 76.27%，比 2019 年第一季度增加 60.79%。2019 年是不受外界因素影响的年份，所以公司现在业务状况是呈现上升态势的。</p> <p>2、公司的未来发展</p> <p>公司以研发销售专业优质户外运动用品、组织户外活动赛事团建、设计建设运营“松鼠部落”亲子青少年户外运动乐园为主营业务，在完成对瑞士黑科技运</p>



动奢侈品牌 X-BIONIC 在中国区的商标专利收购后，将聚焦资源着力打造该品牌在中国市场的成功。

2020 年公司线下零售店基本转型完毕，2021 年计划新开 4-5 家多品牌旗舰店，新店的选址基本上都会在有效客流的聚集地带，像即将开业的青岛奥帆中心店、长春高新栖乐荟店、成都高新水街店以及已经于 4 月份开业的大连星海广场店等。

同时，X-BIONIC 将是公司今后两三年发展的重点项目，公司会全力以赴集中资源，希望在两至三年内把 X-BIONIC 品牌打造为在大众体育运动和专业户外领域的成功品牌。目前，公司已经完成对其 34 件注册商标、25 项专利、4 项专有技术的转让过户手续，剩余 2 件注册商标正在转让过程中，估计 6 月份之前可以全部完成。

去年秋冬季节，公司围绕冰雪项目对 X-BIONIC 品牌进行了一系列的营销推广，在雪上项目运动圈内深受好评。今年 4 月份开始，正在围绕各大商学院参加的戈壁挑战赛进行品牌推广，赞助了中欧商学院、长江商学院和安泰商学院三个团队。受到去年中欧商学院以及前期品牌推广的影响，今年戈壁挑战赛中几乎大部分的团队都会选择 X-BIONIC 产品，目前来看，X-BIONIC 品牌已经在商学院这个群体中产生了强大的品牌效应和影响。

除此之外，借助冬奥会的契机，公司分别在产品、渠道方面进行了相关布局。产品方面，与抖音滑雪小天王刘家天、冰雪女神张晴联手打造 DAINESE 品牌；与小红书、抖音网红博主联手打造 KLATTERMUSEN 品牌及 X-BIONIC 品牌，有效增加了品牌曝光率及搜索热度；渠道方面，分别在冬奥会雪上项目核心区崇礼万隆、富龙滑雪场，滑雪爱好者熟知的北京南山滑雪场以及吉林松花湖滑雪场开设了 4 家滑雪店，今年将进一步对滑雪渠道进行覆盖，计划新开 4-6 家滑雪店，目前正在进行前期筹备中。

“松鼠部落”乐园将持续稳健发展，2021 年会新开两个乐园，南京乐园项目正在建设中，预计会在 6 月份开园；贵阳乐园项目已经签署了正式的合作协议，以品牌输出的方式进行合作，建设完成后将会交给松鼠部落的团队运营。

总体来说，公司今年一季度已经发展向好，正常开展业务的情况下，2021 年的发展都应该是向好的。

二、Q&A

Q1: 公司目前的业务中，户外产品的营收占比近 80%，自有品牌和代理品牌的营收比例是多少？口罩业务在 2020 年的营收占比也接近 10%，未来是否会在口罩业务继续布局？

➤ 2020 年公司自有品牌（不包括 X-BIONIC）的销售占比近 8%。今年随着 X-BIONIC 的发力，这个比例会提升的较快，应该会在 20%-40%，甚至更高都有可能。口罩业务不是公司的核心业务，只是在疫情环境下的业绩对冲。未来会根据市场发展情况决定是否继续开展。

Q2: 未来是否会引入战略股东？

➤ 战略股东会对公司的发展起到助力的作用，公司也希望这样的股东能够与公



司一起协同发展。但是公司如果想要长远的发展，还是要立足于自身的运营管理和团队优化。从这个角度来看，围绕 X-BIONIC 引入的发展资源更多是从资金上的助力，业务上也会有有一定的帮助，但真正的发展还是要靠企业的战略规划以及对 X-BIONIC 品牌的发展定位。

Q3: 公司对 X-BIONIC 的运营规划和未来发展是如何计划的？预计会给公司带来怎样的收益？

- 2020 年 X-BIONIC 产品的营收接近 5,000 万元，今年一季度营收是 1,000 多万元，随着品牌的不断推广，秋冬季新品的全线上市，2021 年 X-BIONIC 产品的营收会有大幅度的增长，目标是 1.5 亿元。2022 年的营收目标是 4.5 亿元。公司现在主要围绕三个方面开展相关工作：

(1) 产品的设计研发。公司已经组建了 X-BIONIC 品牌的设计研发团队，已经设计研发出多品类的中外层产品，计划在今年 8、9 月份全线推出。加上其原有的功能性内衣和袜子，X-BIONIC 品牌将会变成一个拥有完整产品系列的产品品牌。X-BIONIC 的产品定位是黑科技运动奢侈品牌，所以它的设计、研发、面料在户外领域可以说是优中选优的。

(2) 品牌的宣传推广。2020 年冬季主推了滑雪产品，在滑雪圈进行了品牌输出，近期主要在商学院戈壁挑战赛进行推广。戈壁挑战赛在商学院圈内是非常有影响的，涉及到几十万的商学院人群。2020 年，中欧商学院自己选择 X-BIONIC 爱国者系列作为参赛服装并获得第一名，X-BIONIC 产品的性能在商学院圈内被广泛认知，用他们的话说，在戈壁这样的气温多变环境下，只有 X-BIONIC 产品的功能性才可以应对这样的恶劣环境。我们还会通过产品代言、流量网红、社交媒体等各种方式来进行品牌的营销。

(3) 销售的渠道建设。X-BIONIC 产品的销售渠道主要分为三种，第一是网络销售，我们已经在京东、天猫电商平台开设了旗舰店，去年的销售额是 2,000 万元，今年的目标是 6,000 万元以上。第二是三夫自有渠道，我们会在十家比较大的三夫户外店里设立 X-BIONIC 品牌销售专区。第三是高端商场、购物中心渠道，包括像北京 SKP、南京德基等这些全国最高端的商场和购物中心，公司都已经在陆续洽谈签约，专营店会陆续开启。

X-BIONIC 是户外运动领域里的奢侈品牌，公司的产品渠道营销策略都会和这一品牌定位匹配。

Q4: 公司是否会考虑挖团队去运营 X-BIONIC 品牌？

- 如何把 X-BIONIC 品牌运营起来，是我们目前面临的最大机会，也是最大挑战。尤其是 X-BIONIC 品牌本身的定位，我们确实需要组建一个全新的团队。在产品的设计研发方面，我们的团队已经组建完毕；在品牌的营销和渠道建设方面，公司正在构建这样的团队，也会采用寻找优秀团队的方式。对于 X-BIONIC 黑科技运动奢侈品牌的定位，需要寻找在轻奢或奢侈领域有经验的人才，我们会通过多种渠道和方式来组建这个团队。

Q5: 大股东股份减持的原因是什么？后期还会有减持计划吗？

- 公司实际控制人张恒在 2017 年与国信证券签订了股权质押协议，质押金额



	大概是 1 亿元左右。资金主要用于参与公司 2017 年定增和二级市场公司股票的增持。质押期限已经于 2020 年底到期，前期陆续还款，截至目前还剩 3,000 万元质押款项需要偿还，此次减持的资金将全部用于偿还国信证券的股权质押款项，偿还完毕后将不再进行减持。
附件清单	无
日期	2021 年 4 月 30 日