

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：2021-004

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
参与单位名称及人员姓名	申万宏源王立平、求佳峰
时间	2021 年 5 月 14 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书朱晓峰、证券事务代表刘嘉灵
投资者关系活动主要内容介绍	问题一、线下门店发展情况？ 公司旗下 7 个品牌合计店铺数约 500 家，公司近年来门店数量较为稳定，但是 21Q1 营收同比 19Q1 却仍然保持增长，公司的业绩提升主要取决于店效的提升，当前自营店效在 300 万左右，未来希望能做到千万。从全国来看，单店收入靠前的店铺位于国内消费力较好的一二线城市。 问题二、各大电商渠道的结构如何？ 截止 2020 年末，公司电商业务占公司营收入 21.03%，同比增长 45.54%，其中天猫占比超过 50%，唯品会增速较快，公司也在积极开拓抖音、小红书等新兴线上渠道，以进一步提升电商的业绩贡献。 问题三、公司近年发展情况？ （一）公司从 18 年后就推进直营化，经销模式营收占比持续下降至 4.7%，自营店铺比例提升至 95%，渠道掌控力更强。同时，实施了绩效考核改革，积极筹划股权激励。 （二）设立生产、物流、研发设计三大中心。 1）生产中心、物流中心均智能化。数字化赋能是未来趋

	势，人管服务，机器管货，更多人的精力投入到服务中，提升服务的精准度，大大提升了人工效率和生产能力。 2) 智能供应链系统，运用专业软件平台实现智能任务分配、库位优化及订单优化，使机器人可实时处理线上订单作业。 3) 云仓库系统，打通门店和总仓，在所有库存中灵活调拨货物，实现店与店之间的资源共享，精准管理库存。 4) RFID, 精准快速地盘点货品，并将终端数据传输回来，最终形成数据分析反馈至商品中心的设计师，提供很好的快反流行趋势素材。 问题四、公司品牌矩阵的规划怎样？是否考虑做一些低价格带的品牌？ 1) 公司对产品的设计制作要求较高，并不合适平价品牌的发展模式，同时出于对公司旗下原有中高端品牌定位的考虑，也不会轻易常识平价品牌的建设。 2) 公司目标就是做高端女装，再把中端经营好，不会轻易去转换赛道。研发设计能力一直是公司的核心竞争力，Jorya 的品牌设计一直较为独特，具有比较强的不可替代性，这也是公司一直以来的设计理念。 问题五、当前库存情况如何？ 公司加大了对信息系统一体化建设的投入，已构建了包括产销存管理、采购管理、VIP 客户管理等功能整合的 ERP 系统，初步实现了商流、物流、资金流的统一，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%，有效提升了公司的库存管理水平。 问题六、未来成长的空间会在哪些方面？ 1) 线下店铺：结合募集资金投资项目，公司未来三年计划开设店铺 300 家，同时公司单品牌门店数量占比较低，市场占有率还有很大提升的空间。 2) 电商业务：目前电商业务占比约 20%左右，电商毛利率较高，未来仍有较大发展空间；同时，公司开设电商专供款，同时积极拓展品类，储备未来 Jorya 高端客户，线下引流线上消费，互相作用。 3) 品牌发展：公司主品牌 Jorya 现在收入占比 45%，随着国内对于国产品牌的热情逐渐提高，消费能力的升级，公司旗下其它所有品牌还有很大的发展空间。
--	---

	4)渠道发展:公司一直在积极拓展各种新兴渠道的发展,随着国内各种新兴媒体、网络及消费形式的变化,也将带来新的业绩增长方向。
日期	2021 年 5 月 14 日