

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：2021-003 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	华融证券 吕 梁、方曼乔 华西证券 唐爽爽、朱宇昊 正华置地 杨 涛、汪亚东 新泰鼎鸿 文 良
时间	2021 年 5 月 17 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 研发部总监：林冬青 财务总监：罗向杰 董事会秘书：秦亚敏
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相关情况：</p> <p>1、X-BIONIC 品牌相关情况</p> <p>X-BIONIC 品牌拥有强大的核心力量，是欧洲 20 多个国家滑雪队的指定品牌，在国际上有较高的知名度，且与时尚运动相匹配，在跑步、滑雪等运动人群中广受认可。在今年举办的戈壁挑战赛中，长江商学院、中欧国际商学院、上海交通大学安泰经济与管理学院等使用的都是 X-BIONIC 产品，X-BIONIC 产品能够适用于气候多变的环境，冷暖交替下的恒温科技功能，非常受参赛选手的喜爱。</p> <p>公司在 2018 年 8 月与 X-BIONIC AG 公司签订了中国区独家代理合同，从 2019 年开始进行独家代理；2019 年 3 月至 5 月，分别与对方签署了战略合作框架协议和战略合作合同，约定 X-BIONIC 专利技术全部通过三夫户外落地中国市场，双方共同设计、研发户外运动用品，服务中国以及全球的户外爱好者；2020 年 8 月，公司正式启动收购“X-BIONIC”、“X-SOCKS”两个核心商标、34 个相关商标、25 项专利、4 项专有技术等 IP 所有权项目，截至目前已完成 X-BIONIC 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。</p> <p>收购 X-BIONIC 商标、专利所有权后，根据其独有的仿生学技术和高科技含量，以及在国内的产品定位，公司将 X-BIONIC 品牌定位于高端奢侈品，并致力打造成黑科技运动奢侈品牌。</p> <p>X-BIONIC 中外层产品较少，为了丰富产品线，公司大力发展中外层产品。中</p>



外层产品对于面料性能的要求非常高，公司已经与东丽、帝人、Polartec、Primaloft、Pertex、Schoeller 等国际知名面料、辅配料厂商建立紧密业务关系，合作生产。在功能性面料中还有一个标杆性的产品，GORE-TEX 面料，公司与戈尔（Gore）公司沟通授权 X-BIONIC 使用 GORE-TEX 面料的过程中，戈尔（Gore）公司认为 X-BIONIC 品牌符合双方的战略方向，科技、高端，与 GORE-TEX 面料的品牌定位相匹配，对方在了解 X-BIONIC 品牌故事及我们的运营计划后顺利签订了授权协议。今年秋冬公司将推出第一期产品，形成一个初步的产品线。第一批产品计划今年 9 月上市，2022 年的秋冬产品已启动研发计划，相信与戈尔（Gore）公司的合作未来可期。

X-BIONIC 品牌有功能强大的贴身层，重磅面料品牌加持的中外层以及冬奥会的加持，再加上大家对户外运动及冰雪运动的热爱，X-BIONIC 非常有机会在短时间内崛起，成为运动领域的黑科技运动奢侈品牌。

2、公司其他业务板块发展情况

公司其他业务板块稳健推进。

线下零售业务有两个转型，一是店铺选址转型，从街边店转向客流量高的商场购物中心，这个转型已经体现了一定的效果，现在线下的业务增长态势很好；一个是店铺设计概念转型，今年 9 月会在四川成都开设一家户外概念店，集科技、时尚、户外情怀于一体，设计图已经基本成型，希望能把这个店真正打造成为一种能够体现户外理念又能够吸引流量的代表店。公司近期有三家新店陆续开业，4 月 22 日大连星海广场店、5 月 22 日青岛奥帆中心旗舰店，还有即将开业的长春高新栖乐荟店等。成都的概念店将会是千平旗舰店的运营升级版，该店开业运营后，已签约的沈阳千平大店会采用相同的方式打造。

松鼠部落亲子户外乐园，现在以稳健提升成都、郑州和武汉乐园的运营效率为主，南京松鼠部落是升级版本，乐园预计今年开业。接下来公司会在教育方面把松鼠部落再升级。2020 年松鼠部落受影响比较大，今年一季度已经大幅回升且盈利。尤其是郑州松鼠部落，1-4 月份已经有近 12 万客流，五一期间成都、郑州和武汉乐园的客流量达 7 万人次。

亲子青少年市场广阔，松鼠部落项目会是公司下一步重点发展项目，现在我们会全力以赴集中资源，聚焦 X-BIONIC 品牌项目。

二、Q&A

Q1: X-BIONIC 品牌的营销费用预算大概是多少？X-BIONIC 产品的供应链如何组成？

- 公司目前正在进行非公开发行，募集资金将用于 X-BIONIC 高科技时尚运动品牌建设与运营项目，其中市场推广费用的预算是 3,900 万元，后续公司也会根据实际情况进行调整。
- X-BIONIC 产品贴身层主要在意大利生产，在国内生产的中外层产品面料主要以国际供应为主，例如：瑞士舒乐面料、日本东丽面料、戈尔公司的整个供应链等。

Q2: X-BIONIC 产品的产地在哪里？



	<p>➤ 从品牌的自身定位考虑，主要的贴身层和少量的中外层在意大利生产，大部分的中外层会采用国际供应链、国内生产。</p> <p>Q3: X-BIONIC 品牌的推广会请代言人吗？</p> <p>➤ 代言人会考虑，但具体的人选和计划还没有确定。</p> <p>Q4: X-BIONIC 品牌的营收规划如何？</p> <p>➤ 2021 年的销售目标是 1.5 亿元，经过两年左右的品牌发酵期，2023 年将会是一个加速发展的时期，整体来看毛利率也是非常可观的。</p> <p>Q5: X-BIONIC 品牌的核心技术是在哪个部分？</p> <p>➤ X-BIONIC 品牌的核心技术主要体现在仿生科技和恒温科技，以及非常强的功能性面料与纱线纺织技术。恒温科技是指在环境、温度不断变化，特别是在早晨、夜晚等进行户外运动或者室外作业需求时，X-BIONIC 产品凭借着立体编织结构，首先会形成一个保温效果，进行运动时，身体开始出汗，其特有的立体结构会把汗水吸收起来，把多余的汗水排出，让身体感觉到 37 度的恒温，利用仿生科技与立体编织技术，真正将汗水转化成能量。</p> <p>Q6: X-BIONIC 品牌现在已经进入了多少家门店？</p> <p>➤ X-BIONIC 品牌的销售主要有三个渠道：第一是网络销售，已经在京东、天猫电商平台开设了旗舰店；第二是三夫自有渠道，目前已进入 30 多家三夫门店，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，设立 X-BIONIC 品牌店，已经在北京 SKP 开店，南京德基购物中心店已经进入签约阶段。</p> <p>Q7: X-BIONIC 产品的线上、线下资源将如何分配？</p> <p>➤ 2020 年 X-BIONIC 产品的线上销售高于线下门店，特别是京东、天猫两个旗舰店，今年的销售占比预计会与去年呈相同趋势。但整体来说，X-BIONIC 品牌定位于黑科技运动奢侈品牌，将来线下的销售还是会占主要比例。</p> <p>Q8: X-BIONIC 产品会不会分大众产品线和专业产品线？</p> <p>➤ X-BIONIC 品牌本身就是专业线产品，专注于滑雪、越野跑运动。在与戈尔（Gore）公司合作后，对中外层产品的研发生产，会有一部分向大众线进行。即将于秋冬季推出的中外层产品中大约有一半是大众线产品，大众线产品也只是相对于滑雪、越野跑等专项运动而言，同样是高端产品，因为 X-BIONIC 品牌的定位是黑科技运动奢侈品牌，所以不管是专业线产品还是大众线产品的面料及辅配件采用的都是高端系列。</p> <p>➤ 公司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。</p>
附件清单	无
日期	2021 年 5 月 17 日