

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：2022-002 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 | 华西证券：唐爽爽 上海银叶：董永杰 长安基金：徐小勇 华泰资管：朱南钰 申万菱信：章锦涛 焱牛投资：陈 钢 民生通惠：余 罡 平安基金：王修宝 中域资产：袁鹏涛 互兴创富：刘政科 和聚投资：范晓辉 东海基金：袁 郡 北信瑞丰：官忠涛 金鹰基金：许中雅 泓牛资本：王 聪 中信保诚：李 文 睿郡资管：谭一苇 太平养老保险：赵 宇 交银施罗德：高逸云 光大保德信：张 禹 |
| 时间 | 2022年5月6日 10:00-11:30 |
| 地点 | 线上会议 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事长/总经理：张恒 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、2021年度及2022年一季度公司业绩情况</p> <p>2021年公司实现营业收入55,553.76万元，同比增长18.83%，2021年归属于上市公司股东的净利润是-2,616.90万元，同比增长60.02%。2022年一季度公司营业收入为13,130.62万元，同比增长1.93%，实现归属于上市公司股东的净利润为239.76万元，同比增长8.92%。2021年公司完成了收购瑞士黑科技功能运动品牌X-BIONIC中国区的商标权和专利权，实现营业收入9,265.21万元，同比增长130.09%，2022年一季度实现营业收入3,188.01万元，同比增长165.99%。</p> <p>2、2022年公司经营计划</p> <p>1) 紧抓露营活动热潮，扩大门店露营装备区，深化Sanfo Hood野奢营地建设</p> <p>露营产品具有品类多、流转快的特点，公司更多地开展线下销售，部分门店扩大了露营装备区，并且得到了很好的业绩反馈。五一小长假期间，很多门店的露营产品销售额都呈现出3倍以上的增长；Sanfo Hood野奢营地目前在北京、三亚、成都三地有六个项目在正常运营，五一小长假期间均呈现出爆满态势，受到了当地露营群体的喜爱和好评。同时，Sanfo Hood密云印象公馆精奢营地和成都三圣乡玫瑰谷营地也即将开始运营；公司独家代理的瑞典精致登山装备品牌攀山</p> |



鼠 KLATTERMUSEN 在业界被称为山系品牌的典范，把户外功能与城市时尚相结合，非常适合露营穿着，目前销售态势良好。公司与多家露营装备供应商都保持着长期合作的良好关系，会根据露营的发展情况，不断调整产品结构，抓住露营热潮带来的发展契机。

2) 聚焦资源，坚守黑科技功能运动品牌定位，全力打造 X-BIONIC 品牌

X-BIONIC 品牌是公司未来几年重点发展的核心业务，2021 年公司推出了自主研发的 X-BIONIC 冬季产品，从市场反馈和销售表现来看，我们认为是成功的，得到了消费者的好评。叠加今年推出的春夏产品，X-BIONIC 的产品研发已经初具形态，产品品类已经基本完整。

2022 年，公司将聚焦 X-BIONIC 的产品研发、品牌营销、渠道建设、客服体系建立，尤其加快 X-BIONIC 渠道建设及品牌推广，签约品牌代言人，开设 1-2 家旗舰店、4-6 家 X-BIONIC 品牌专营店、4-5 家以 X-BIONIC 品牌为主的滑雪店，在三夫户外连锁店中累计建设升级改造 15 个 X-BIONIC 品牌专区。公司的营销是比较积极的，签约在自媒体和大众群体中都有广泛影响力的代言人等营销工作都在进行中；抓住冰雪运动发展的时机，继续深化 X-BIONIC 滑雪系列产品的设计研发，加大对冰雪产业的布局。

3) 建设完成南京“松鼠部落亲子户外乐园+鹰极安全教育基地+三夫小勇士+Sanfo Hood 野奢营地”综合素质教育基地

公司近期收购并增资控股了“鹰极体育”，鹰极体育拥有国家级防灾减灾安全基地，多次被授予国家级、省级等荣誉称号，在安全教育领域具有丰富的运营经验。“松鼠部落亲子户外乐园+鹰极安全教育基地+三夫小勇士+Sanfo Hood 野奢营地”综合素质教育 IP 会首先在南京建立，该项目将有助于公司未来的发展布局。

二、Q&A

Q1: X-BIONIC 今年的收入规划是多少？

- 2021 年 X-BIONIC 的收入增长率是 130%，2022 年一季度的增长率是 166%，这个增长属于正常情况的基本增长。随着 2022 年营销力度的加强、代言人的推出等一系列措施，2022 年度 X-BIONIC 的销售收入将会变得更好。

Q2: X-BIONIC 中外层的占比今年预计能够达到多少？这一块会不会带来价格以及毛利率的提升？

- 2021 年 X-BIONIC 贴身层的占比是 2/3，中外层是 1/3。2022 年中外层产品会进一步提升到 40%，2023 年可能会达到 50%。整体来看，X-BIONIC 品牌的毛利率在 60%以上。

Q3: X-BIONIC 品牌要加速开店，今年在开店上的投入是多少？

- 2022 年，公司将开设 4 种不同类型的 X-BIONIC 店铺。首先是 1-2 家旗舰店，开店地址会优先考虑像北京三里屯、国贸这样的商圈，在上海或者其它城市也都会优先考虑当地最好的商业区域。这部分投入会比较大，但更多的是对品牌市场定位的一种宣示；其次是在商场或购物中心里开设品牌店，只要条件成熟都会开；第三是滑雪店，目前三夫已经有 6 家滑雪店，今年准备再新



| | |
|------|--|
| | <p>开 4-5 家，滑雪店产品将以销售 X-BIONIC 品牌产品为主，附带销售其它品牌产品；最后是三夫体系多品牌连锁店中的店中店。自主运营品牌确实需要大量投入，公司需要在品牌的研发设计、营销推广、渠道建设等各方面继续发力。</p> <p>Q4：我们今年营销费用的投入会比去年更大一些吗？</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 截至目前，我们已经做了一些营销活动，但整体投入的营销费用都是很低的。比如公司和杨倩、丁真互动话题的营销，在新浪微博的阅读量已经达到 1.6 亿。我们近来持续和冬奥冠军们的互动等，更多是通过媒体、运动员三方合作，是一种互利互惠的市场行为，到目前这些营销支出基本可控。 ➢ 接下来公司将有两方面的支出比较大： <ul style="list-style-type: none"> 第一是旗舰店，店铺设计、门店租金、日常运营等各方面的支出都需要投入比较大的预算； 第二是签约品牌代言人，通过前期与不同领域、不同行业有影响力的心仪代言人沟通洽谈，代言费用和营销费用都是比较高的，公司已做出相应的预算，这将会是一笔金额很大的营销支出。 <p>Q5：关于代言人是不是在下半年可能会推出，这一块公司目前的考虑大概具备哪些特点？比如说大众方面还是说专业的运动员的这些方面？</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 关于品牌代言人，目前我们更希望是在运动领域和大众领域里都具有一定影响力的优秀人士，而且其本身会体现一种运动和挑战的精神，能够和 X-BIONIC 品牌所具有的专业性、科技性和功能性相契合。 <p>Q6：露营目前的装备还有鞋服的占比各是多少？</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 2021 年公司产品分为户外服装、户外鞋袜和户外装备三大类别，其中服装占比为 60%，鞋袜占比 20%，装备占比 20%。近期在某些店铺中，露营产品的占比都超过了 50%。 <p>Q7：关于营地是轻资产运营，初始投入有多少？多久可以实现盈利？</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 为了避免营地过剩或者露营热潮过后形成的投资亏损，我们的营地都采用轻资产、快运营的模式。如果营地建设区域的草地、林地等自然环境都是比较成形的状态，建设时间大概为两周左右，每个营地的投入大概在 10-30 万之间，这些投入主要是像帐篷、露营桌椅、烧烤等相关产品设施的投入。由于今年国内露营热度持续爆发，目前看投入回报还是很快的，短期内就可以实现盈利。 <p>Q9：公司现在有 6 个营地，未来有规划做多少个吗？</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ Sanfo Hood 野奢厂牌已经拥有完整的运营体系，所以现在有很多想要和 Sanfo Hood 合作的优质资源。未来的布局也是要看营地的自然环境条件等，还会配合松鼠部落的所在地进行营地的建设。近期，Sanfo Hood 北京密云印象公馆轻奢营地和成都三圣乡玫瑰谷营地即将开始运营。 |
| 附件清单 | 无 |
| 日期 | 2022 年 5 月 6 日 |