



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：2022-003 号

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	恒大人寿：杨振艺 聚润资本：郝鹏哲 中邮人寿：孙婉宁 东海证券：刘希辉 长信基金：刘亮 中银国际：刘航 兴业证券：熊超、张彬鸿 金鹰基金：吴海峰、许中雅 长江证券：高辰星、冯源 甬兴证券：徐晓浩、秦庆 兴业基金：张诗悦 国泰证券：黄岚冀 国金基金：张帆 野村证券：何佳纹 富国基金：孙彬 长盛基金：周思聪 昆仑健康保险：陈师 西部利得基金：温震宇 国海富兰克林基金：黄海鹏 Holyway Fund：刘维侠、赵雪微 中加基金：李宁宁 上海磐厚：叶长青 文渊资本：王赫 长城证券：肖心怡 东吴证券：滕越 农银汇理：周宇
时间	2022年5月12日 10:00-11:00
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：秦亚敏 技能培训（露营、团建）总经理：王浩
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、介绍公司相关情况：</b></p> <p>三夫户外以研发销售专业优质户外运动用品、运营 X-BIONIC 黑科技功能运动品牌、组织户外活动赛事团建、设计建设运营“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”亲子青少年综合素质教育项目为主营业务，其中 X-BIONIC 产品的设计研发、运营推广、渠道建设等是公司近 2-3 年的重点布局。同时公司也会紧抓目前露营活动热潮，扩大门店露营装备区，深化 Sanfo Hood 野奢营地建设。</p> <p>2022 年公司的发展规划分为 3 个方面：1) 根据露营行业的发展情况，积极调整公司产品结构，扩大门店露营装备区域，进行营地建设等。2) 聚焦资源，全力打造 X-BIONIC 品牌。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，是比较成功的，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。截止到今年年底，公司会完成一个四季的全套全系列产品，这也会给公司的营收带来一定比较可观的提升。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，南京松鼠部落乐园在 2021 年国庆节期间开业，开业至今的客群流量、营收表现都非常不错，今</p>



年公司会尝试在南京松鼠部落旁边打造鹰极安全教育基地、三夫小勇士和目前热度很高的露营地为一体的亲子青少年素质教育基地，该项目将有助于公司未来的发展布局。

## 二、介绍公司 Sanfo Hood 野奢营地相关情况

Sanfo Hood 野奢营地厂牌成立于 2020 年，成立至今陆续发展并在全国遴选优质场地，目前正在运营的有北京尚谷云端、渔阳滑雪场、三亚清水湾、成都兴隆湖、春熙路城市营地、南京松鼠部落共 6 个营地，即将开业上线的有北京印象庄园露营地和成都玫瑰谷露营地。现在基于开设的营地增多，公司力求同一城市营地风格差异化，客群引导差异化。在全国不同城市也会基于地段特色进行差异化打造。例如，三亚适合冲浪有氧运动；南京适合亲子群体结合松鼠部落乐园，给儿童打造户外运动玩法，而家长也可以享受自由时光；成都搭建唯美休闲时光，打造一站式的套餐产品等。

营地板块还有多重业务同时在推进，帐篷轻奢营地是最直观的。目前 Sanfo Hood 还在承接营地规划、设计、咨询服务。经过 2 年多的营地运营，我们对于营地选址、搭建、场地规划等已经形成了特有的完整解决方案，具有优势。同时，基于三夫户外的产业链优势，可以定制露营产品，像北京即将落成的印象庄园营地，里面的产品是我们自有品牌根据诉求针对性打造的产品设施，体验度更好，也更适合露营地使用。虽然今年刚开始完成定制化产品的投入使用，但也不断接到了友商营地的装备采购需求，完成小规模营地设备落地。后续会基于现有营地和样板营地，对营地装备定制业务逐步推广，判断未来会有强烈的订单表现。Sanfo Hood 前期做团建业务，积累大量优质客户，基于 B 端客户的粘性，Sanfo Hood 也没有离开过 B 端市场，例如路虎车友会专场、理想汽车车主日的专场露营活动等，这也是 Sanfo Hood 的自身优势。

基于露营市场的快速发展，公司会继续在全国遴选各种条件优异的场地去铺设营地。今年计划是达到 10 个以上同步运营的营地，基本上都已经脱离概念阶段，进入推进过程。随着疫情的明朗，Sanfo Hood 也会在松鼠部落的所在城市进行布局，除了现在已经运营的南京松鼠部落营地之外，武汉松鼠部落、郑州松鼠部落，都会去进行铺设。

## 三、Q&A

**Q1: 单个营地投入成本是多少？营地成熟之后的容纳量和使用率如何？对于消费者的收费模式是怎样的？**

➤ 目前在运营的营地都是轻资产运营模式，主要与较成熟的基建地块进行合作。轻资产运营模式效率高，同时能与土地方实现共赢，合作的基地已做到“三通一平”。基于此，公司目前营地的建设周期相对较短。针对营地规模，通过经验判断以及人流测算，且考虑营地卖点等因素，公司对于各营地的设施配置以及布局情况会有所不同。目前为止，除去基建费用，单个帐篷营地投入大约在 10 万元-30 万元。公司目前在渔阳和尚谷云端的最大帐篷投入量可达 70 顶，但是考虑到营地的舒适度，目前投入量在 50 顶左右。营地收入除了房间夜住宿收入之外，公司针对整个帐篷营地，进行了不同层面的内容搭建和产品设计。比如营地现场物资租赁、基础二次消费搭配等。就五一情况来看，公司投入的帐篷数量与实际的用户需求基本吻合，各营地基本实现



	<p>售罄，验证了公司对于营地的前期研判。</p> <p><b>Q2：露营行业的未来成长前景如何？需求是否只是暂时性的爆发？在稳态情况下，露营行业的竞争情况以及盈利能力如何？</b></p> <p>➢ 在符合市场规律以及整个社会经济周期的前提下，一个真正有价值的产品，是可以走到最后的。如果从业者能不断提升产品品质、打磨产品内容，针对消费者诉求调整产品结构，排除一些恶性竞争的情况之外，露营行业未来应该会蓬勃发展。</p> <p>疫情在一定程度上限制了长途出行、出境游，目前旅游、休闲形态发生改变。中国的休闲消费群体的消费偏好也在逐渐转变，从过去的登山到现在的滑雪、露营。从供需层面来看：1) 露营是时代发展的产物。露营行业不仅仅是因为疫情催生出来的，更多的是由于人们消费理念的改变、时代潮流的变化而产生的新诉求；2) 户外休闲或成未来发展趋势。疫情让人们的认知理念、消费结构发生改变，未来对于户外休闲需求将增加。从商业逻辑来看：随着经营业态的饱和，产业利润会向上游转移。对于三夫营地来说，目前公司在这部分已经进行了三年的布局，认知相对具有前瞻性。公司会利用好现有资源和优势，选择基础条件成熟的项目发展，不会进行重资产投资。</p> <p><b>Q3：今年关于 X-BIONIC 的开店计划和节奏方面是怎么安排的？</b></p> <p>➢ X-BIONIC 是公司在近 2-3 年都会重点发力的品牌，去年公司在北京世纪金源和南京德基大厦开了两家品牌专营店，今年公司计划开设 1-2 家旗舰店，这个旗舰店不单单是指店铺的面积，而是要在北京、上海的地标性商业体内开设，代表的是 X-BIONIC 的品牌形象，是品牌市场定位的一种宣示。公司聘请了国际知名零售设计团队，联手设计品牌旗舰店形象，X-BIONIC 有诸多独特的运动黑科技，相信旗舰店会是一种震撼呈现；其次是在商场或购物中心开设品牌店，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。</p> <p><b>Q4：冬奥会对于产品的销售方面是否有什么带动作用？后续对于产品的创新以及布局方面的规划是怎么样？</b></p> <p>➢ 冬奥会确实对公司的滑雪品类产品的销售，尤其是对 X-BIONIC 产品的销售有很好的促进效应。X-BIONIC 的贴身层产品在滑雪圈认知度很高并且得到一致好评，中外层产品是从去年四季度开始陆续上新，其中滑雪类服装得到了滑雪爱好者的高度认可，销售表现优异。从 2021 年公司的产品营收结构也可以看到，X-BIONIC 的营收是 9,265.21 万元，同比增长 130.09%，今年一季度销售依然保持高增长，其中滑雪产品的占比也比较高，所以公司会抓住冰雪运动发展的时机，继续深化 X-BIONIC 滑雪系列产的设计研发，加大对冰雪产业的布局。</p>
附件清单	无
日期	2022 年 5 月 12 日