

**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：2022-004 号

<b>投资者关系活动类别</b>	<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
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	钜丰资本：霍智敏      东航金控：李泓浩      天风证券：何成友 吕梁联智：张朋义      翰潭投资：蔡晓波      华福证券：王二鑫 诺信国际：张慧君      光大证券：李甲玉      沉心资本：李 昂 德同资本：熊 焰      新时代证券：马笑      前海君恒：邓金辉 恒泽瑞基金：刘新恒
<b>时间</b>	2022 年 5 月 13 日 10：30-11：30
<b>地点</b>	线上会议
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事会秘书：秦亚敏      证券事务代表：牛晓敏
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>一、介绍公司相关情况：</b></p> <p>三夫户外成立于 1997 年，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>公司 2022 年经营计划主要有以下几点：</p> <p><b>1. 紧抓露营活动热潮，积极调整产品结构，扩大升级门店露营装备区，深化 Sanfo Hood 野奢营地建设</b></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 密云印象公馆轻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，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。</p>



## 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，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。

今年，公司将继续聚焦 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，计划开设 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，在公司连锁店中累计建设升级改造 15 个 X-BIONIC 品牌专区；公司已经聘请了国际知名零售设计团队，联手设计 X-BIONIC 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；公司营销是比较积极的，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；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”聚焦 3-12 岁亲子家庭近郊出行，融合运动、娱乐、教育为一体的综合性成长教育空间，鼓励亲子群体亲近自然，积极参与户外运动；“鹰极安全教育基地”主要向青少年、学生提供安全教育培训及拓展，以身临其境的模拟体验，让孩子们感性学习地震、洪水、火灾、电梯事故、公关交通事故等突发情况下的安全自救知识；三夫小勇士开展体适能训练营，锻炼小勇士们的坚强意志力；Sanfo Hood 打造亲子露营，给儿童打造户外运动玩法的同时家长也可以享受自由时光。“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：公司未来准备如何拓展营地，预计未来两年有哪些能够落地经营？

➤ 目前露营市场的发展比较迅速，公司会继续在全国遴选条件优异的场地去铺设营地。但是为了避免营地过剩或者露营热潮过后项目搁置，公司营地都采用轻资产、快运营的模式。未来的布局也是要看营地的自然环境条件等，公司也会配合松鼠部落的所在城市进行营地建设。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。对于三夫营地来说，目前公司在该业务上已经提前三年布局，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。

#### Q2：今年疫情比较反复，对于公司的经营有怎样的影响？

➤ 目前受疫情影响，公司在一些重要城市的部分门店处于闭店状态。另外，公司的电商物流在江苏宿迁，有部分时间段供应链也受到一定影响。公司也已



	<p>经对这些情况做了充分的预案。像加大对小程序商城的运营、筹划电商平台618活动、对仓库进行统一调货、统一配置货品、重点打造社区客群营销等；同时也抓紧时机，在线下店铺开设露营装备区，为露营爱好者及消费者带来优质露营产品的一站式需求体验服务等。</p> <p><b>Q3: 公司有自己的露营品牌产品吗？</b></p> <p>➢ 公司自主品牌阿尼玛卿（ANEMAQEN）、山之道有部分露营产品，但公司目前大部分露营产品都是经销或代销的品牌，主推一站式露营产品需求购物体验。</p> <p><b>Q4: X-BIONIC 品牌的发展，对于公司未来的业绩提升，有没有相关指引？</b></p> <p>➢ X-BIONIC 品牌发展对公司未来的业绩将会有重大的贡献。公司 2021 年营收结构中，自主品牌产品销售已达到 25%，其中 X-BIONIC 的销售占比接近 20%。2021 年，X-BIONIC 的收入增长率是 130%，2022 年一季度的增长率是 166%。随着 2022 年 X-BIONIC 品牌推广力度的加大、代言人的推出等一系列营销措施，2022 年度 X-BIONIC 的销售收入预计将会继续保持快速增长。</p> <p><b>Q5: 公司未来会考虑拓展更多的户外品类吗？比方说冲浪、攀岩。</b></p> <p>➢ 在公司现有产品结构中，已经有与攀岩活动相关产品。如果其他户外活动有较大市场需求的话，公司也会根据市场需求调整产品结构，满足市场和消费者的需求。</p>
附件清单	无
日期	2022 年 5 月 13 日