



成效，未来公司将逐步形成渠道+品牌双主营业务模式。

户外服务业务方面，将继续保持稳定发展，公司未来发展重点依然围绕渠道+品牌为主。

二、Q&A

Q1. 公司 X-BIONIC 去年营收 1.27 亿，当时预计 2023 年是翻倍增长。下半年结合对消费形势的判断，公司还是维持这个目标吗？

- X-BIONIC 品牌今年上半年营收 7,852.61 万元，同比去年增长 50.26%。X-BIONIC 销售一般是下半年占比较大，所以目前看 X-BIONIC 总体增幅尚可。下半年，公司会从产品、渠道、市场等各个方面去努力实现增长，当然下半年整体消费环境和滑雪市场的发展也会是重要影响因素。

Q2. 关于 X-BIONIC 产品方面，今年外层的占比大概有多少？上半年外层主要是哪些产品？

- X-BIONIC 品牌的中外层产品分为春夏和秋冬两季。今年春夏季的产品已经相对完整，品类也较丰富，包括跑步、运动训练系列、瑜伽系列、防晒皮肤风衣、超薄风衣、超薄防水风衣、Polo 衫、商务系列、T 恤，快干 T 恤等都已经推出上市。秋冬产品方面，从 2022 年秋冬季开始，X-BIONIC 的秋冬产品系列已经很完善，今年秋冬 X-BIONIC 的中外层会更加丰富，包括抓绒、软壳、冲锋衣、羽绒服、棉服、滑雪服等系列。

上半年，X-BIONIC 产品中外层的销售占比在 60%以上，已经超过贴身层的销售占比，未来将保持相对比较平衡的比例，即中外层占比 70%-75%，功能内衣占比在 25%-30%左右。

Q3. 公司怎么把 X-BIONIC 产品外层做到差异化，具体做了哪些突破？

- 公司在户外行业深耕 20 多年，几乎和所有的高端、专业的户外品牌都进行过合作。结合这么多年与品牌合作的经验，我们在做产品总体企划时就已经将 X-BIONIC 品牌定位专业高端，而 X-BIONIC 品牌也在很短时间内就取得拥有“世纪之布”的国际优质面料供应商 GORE-TEX 的授权，双方形成战略合作。目前公司已经与包括 GORE-TEX、Schoeller、Polartec、Pertex、Primaloft、Allied、Toray、Cordura、Carvico 等国际优质功能面料公司建立深度合作业务关系，为新品研发生产及供应链打下了坚实基础，让 X-BIONIC 品牌产品保持高端又独特。

Q4. 营销上面，我们主要做了运动圈和时尚圈，还有商学院圈，今年我们在破圈上有什么动作，X-BIONIC 消费者的结构有了哪些变化？

- 公司已经在越野跑圈、商学院圈和滑雪圈初步建立起 X-BIONIC 品牌认知。今年秋冬，公司将进一步加强在滑雪领域的营销推广。近段时间以来，在三夫多

品牌、多品类综合店中，X-BIONIC 品牌产品快速得到认可，这是因为进到三夫综合店的客户，更多是带着户外出行的目的需求，这样的客户会相对更加注重产品的功能属性。当客户了解了 X-BIONIC 产品的保暖、防水等黑科技功能属性后，客户对 X-BIONIC 的产品更青睐和信任。因此，公司将加强在户外领域对 X-BIONIC 品牌的专利技术和户外功能进行营销和宣传。

Q5. 公司未来开店的计划，之前讲的是未来三年每年开 10 家左右，现在依然是这样的规划吗？

➤ 公司今年已经分别在北京祥云小镇、沈阳丁香小镇开设两家千平米面积的综合店、在北京 DT51、深圳万象城开设 2 家 X-BIONIC 品牌店、在杭州平安金融中心悦坊开设华东地区首家 X-BIONIC 旗舰店、在长春万象城开设东北地区首家 X-BIONIC 品牌店。下半年还将继续在北京 SKP、苏州新光天地（综合店）、沈阳万象城、北京八达岭奥莱以及各大滑雪场开设 X-BIONIC 品牌店。接下来我们将尝试在户外渠道和商场渠道适度开发一些经销店，进一步拓宽 X-BIONIC 品牌的销售渠道。

Q6. 今年上半年 X-BIONIC 品牌的 7,800 万的销售收入里面，线上占比大概有多少？

➤ 目前 X-BIONIC 品牌线上、线下占比各占约 50%。

Q7. 攀山鼠的开店计划是什么？

➤ 2023 年 1 月，Klattermusen 上海首家直营连锁零售店落户浦东嘉里城，并于开业后第二个月即实现单店盈利。2023 年 6 月，Klattermusen 在深圳南山万象天地高街开设华南首家快闪店，于当月实现盈利。2023 年 9 月，Klattermusen 将在北京国贸商城开设品牌旗舰店。同时，Klattermusen 在三夫多品牌、多品类综合店中也会增加品牌销售专区。预计明年会有多家门店开业。

Q8. 公司上半年，特别是 Q2 净利率有一个很大的提升，主要是公司和销售管理费用率有大幅度下降。想问一下公司下半年销售和管理费用率能否维持同样改善的幅度呢？

➤ 公司销售管理费用相对稳定，随着营收提升，费用占比会下降。

Q9. 下半年是我们的销售旺季，在品牌宣发、销售费用这方面会加大投入吗？有这样的计划吗？

➤ 下半年公司将在滑雪领域和户外领域加强营销，营销费用会合理控制。

Q10. 我们看到上半年乐园接待游客的数据同比有一个比较好的增长，但是最近也受到一些天气的影响，所以上半年从公司报表来看，公司乐园上半年是亏损状态，想问下半年会有好转吗？全年对于乐园业务的预期是否能扭亏为盈呢？



	<p>➤ 亲子乐园一般在 5 月份有一个旺季，然后在 9-11 月份是一个旺季。目前我们对亲子乐园业务板块不做大的投资规划，尽量在现有业务基础上运营提升。如果今年下半年没有天气方面的突发因素，我们预计亲子乐园业绩表现会变好一些。</p> <p>Q11. 现在市场上滑雪内层对滑雪人群是必买的东西，公司有没有想过在滑雪系列比如说雪具、雪板做一些代理品牌的开拓？</p> <p>➤ X-BIONIC 品牌的滑雪功能内衣和滑雪袜已经广泛被滑雪群体认可和使用。公司也基于 X-BIONIC 品牌功能内衣的科技属性，每年也陆续推出单板和双板滑雪服，并且深受好评。装备方面，公司已经与一些优质的品牌建立合作，比如 Burton，同时公司代理德国专业滑雪手套 Reusch 等，公司在雪具产品这方面以经销为主，不会有大的动作。</p>
附件清单	无
日期	2023 年 8 月 16 日