

证券代码：301276

证券简称：嘉曼服饰

北京嘉曼服饰股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-022

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--策略会
参与单位名称及人员姓名	1、财通基金-杨费凡 2、东方基金-郭晓惠 3、海通证券-梁希
时间	2023年9月27日
地点	公司会议室及线上腾讯会议
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书：程琳娜
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司接待人员就与会人员提出的以下问题进行了逐一解答：</p> <p>1、店铺未来的店效提升情况是否各品牌有所侧重。 店效增长方面不同的品牌的确会有所不同。水孩儿品牌近两年进行了升级变革，产品从品质感和设计感方面，以及面料、版型、工艺等方面都有全面的提升，整体店铺形象也进行了更新，上半年水孩儿的增长重点是在加盟和直营渠道，未来水孩儿会选择流量大位置佳的渠道新增形象店铺，并确保店效继续保持提升。而处于快速成长期的暇步士和哈吉斯品牌，在店铺数量和店效方面的增长空间均仍然存在。</p> <p>2、是否目前线上价格相较于线下较低的情况不利于线下门店的拓展。 首先，目前来看习惯线上购物与习惯线下购物的人群不太重叠，大多数线上消费者相较于线下消费者来说对价格更为敏感，线下的消费者则更注重门店购物的体验感。其次，目前线上和线下的产品会有少部分同款，大部分线上渠道销售的为专供款。所以线下门店的拓展与线上的增长实际并不冲突。长远</p>

	<p>来看，线上和线下款式及价格策略走向趋同是大趋势。</p> <p>3、公司怎样看待品牌分授权不如品牌方自有经营的情况。 各品类分授权有可能造成品牌形象不聚焦，价格策略不同步，品牌形象不统一的风险。品牌方自运营，或者加强对分授权商品牌运营的管理，有利于品牌整体的发展和打造消费者的心智认知。</p> <p>4、一个品牌成为全球性品牌的必备要素是什么。 一方面是品牌建设，品牌建设的基础为产品力的打造，产品要满足人们对更好生活的向往，必须要从设计感、品质感方面均十分突出，成为消费者某种生活场景下的首选品牌/品类，在此基础上匹配相应的推广宣传，进一步放大品牌价值。另一方面是渠道建设，要掌握全渠道优质的流量入口，让消费者可以随时随地对喜爱的品牌或产品唾手可得。最重要的，一个优秀的全球性品牌必须能引领一种生活方式。</p> <p>5、如何看待今年的大市场没有如预期增长。 公司依然对中国经济的未来很有信心，从公司销售端的反馈也可以看到线下门店的复苏情况。虽然有观点认为大的市场环境没有如预期增长，但公司认为这只是一种暂时现象，从中长期看，消费市场从质和量的维度都依然会保持一定增长。从企业经营层面来说优秀的品牌价值才是一个公司最重要的竞争力，公司未来依然会将重点放在提高产品力和品牌力、打造品牌价值上。当然必不可免的市场会淘汰一些竞争力不足的企业，这是十分符合客观规律的。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023年9月27日