

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：2026-007

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他-论坛
参与单位名称及人员姓名	1、中信证券-冯重光、杨奕成 2、民生加银基金-刘浩
时间	2026年7月8日
地点	北京嘉里大酒店
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、公司旗下各品牌的经营情况。</p> <p>今年上半年从经营角度来看各品牌都处于积极发展状态。暇步士（Hush Puppies）男女装业务经过一年多的优化调整，已经逐渐成为公司的第二增长曲线。从2025年下半年开始，公司自营暇步士（Hush Puppies）品牌的成人鞋履，成人鞋品类是暇步士品牌的核心品类，目前虽然收入占比较小但趋势向好。2026年下半年公司也即将自营暇步士（Hush Puppies）童鞋业务。现暇步士（Hush Puppies）品牌项下男女装、童装、男女鞋、童鞋品类完成整合，回归公司自主运营。对于暇步士（Hush Puppies）品牌，公司会持续加大产品研发力度，重视发展优质直营渠道，并辅助加盟渠道的规模拓展，并且在品牌营销推广方面继续发力，聚焦品牌调性，强化品牌形象。</p> <p>原有童装业务整体启稳回升。公司旗下三大品牌童装暇步士（Hush Puppies）、哈吉斯（Hazzys）以及水孩儿线上业务同比提升，线下店铺陆续开设。在产品提升和门店形象方面也在持续给消费者传达品牌理念。</p> <p>2、公司未来的线下开店计划。</p> <p>公司一直都在持续拓展和优化线下渠道，线下门店拓展遵循“优进劣退”的节奏，公司优选在流量大、位置佳的人气购</p>

	<p>物中心或百货开设门店，关闭一些利润薄的老旧店铺，同时在门店形象及陈列上持续更新升级。未来公司会继续重视发展优质直营渠道，并辅助加盟渠道的规模拓展，从而强化各品牌形象，方便消费者触达。</p> <p>3、公司对于 2026 年下半年销售费用的规划。 公司未来两年工作重点仍然在品牌建设上，通过产品和门店的升级迭代传达品牌形象，通过持续推进常态化的明星合作、达人种草、线上推广加强营销效率。随着线下渠道的铺设，营销费用会有所增长。中长期来看，公司会随着不同品牌的发展阶段适时加大宣传推广的投入，强化品牌认知，积累品牌势能。</p> <p>4、公司现金充足，未来是否会考虑发展第二主业。 公司主业造血能力较强，若有合适的品牌标的不排除考虑收购，以继续完善公司的多品牌矩阵。但现阶段公司仍将以做好现有品牌业务、扩大品牌资产为主要经营目标。</p> <p>5、公司的分红规划。 对于分红，公司本着积极回报投资者的理念，会维持相对稳定的分红比例。随着公司盈利能力的不断提高，在没有重大资本性支出的前提下，不排除后续将进一步提高分红比例。</p> <p>6、在出生率下降的情况下，童装模块超预期的原因。 对于暇步士（HushPuppies）童装、水孩儿、哈吉斯童装及进口童装业务，公司一直坚持维护品牌价值的策略，也筛选出了符合品牌定位的消费者。与此同时公司旗下童装各品牌不断地持续升级产品和服务，致力于为消费者提供更大的价值及优质的服务。 随着中国的经济在整体上的不断向前发展，特别是少子化家庭越来越多，家长对儿童的各方面投入也会加大，未来童装市场注重品牌化、品质化和多场景化的趋势会越来越明显。在广大的四五线城市，消费者逐渐会从无品牌消费到有品牌消费，从低端品牌到中端品牌消费，中端品牌到中高端甚至高端品牌消费，消费者的需求逐渐水涨船高。并且，公司现有童装店铺数量相较于同行业较少，仍有很大的市场空间。</p> <p>7、公司有无跨境电商的相关布局。 公司暂未开展跨境电商，但有持续关注海外市场情况，未来不排除择机布局海外市场。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2026 年 7 月 8 日