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：2026-009 号

投资者关系活动类别	√ 特定对象调研 □ 分析师会议 □ 媒体采访 □ 业绩说明会 □ 新闻发布会 □ 路演活动 □ 现场参观 □ 其他
参与单位名称及人员姓名	广发证券：钟泽宇 天弘基金：王治璇 华安基金：申　坤、张洪伟 富国基金：赵宗俊 农银汇理：蒲天瑞 兴证全球：曹　娜、伍修毅 国金基金：房　俊 东方基金：郭晓慧 浦银安盛：林伟强 惠升基金：严迪超 申万菱信：游彤熙 丹羿投资：张昭丞 长城基金：柴程森 衍复投资：应昭衍 湘财基金：朱依凡 星石投资：蒋京杰 泰康基金：殷子菡 圆信永丰：田玉铎 新华基金：俞佳莹 汇丰晋信：费馨涵 弘尚资产：刘　颜 景泰利丰：吕伟志
时间	2026 年 10 月 30 日　15:30-16:30
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：张恒　　董事会秘书：秦亚敏
投资者关系活动主要内容介绍	**一、公司三季度业绩情况介绍** 2026 年前三季度，公司实现营业收入人民币 76,869.99 万元，比上年同期增长 31.39%；归属于上市公司股东的净利润人民币 5,864.37 万元，同比增长 176.43%。其中，X-BIONIC 品牌实现营业收入 32,295.83 万元，同比增长 51.24%；HOUDINI 品牌实现营业收入 6,983.01 万元，同比增长 6.22%；CRISPI 品牌实现营业收入 7,095.93 万元，同比增长 6.12%；江苏三夫户外用品有限公司主要代理品牌实现营业收入 14,353.53 万元，同比增长 52.28%。 公司在三季度对线下门店进行较大调整，新开门店+拓展优质门店导致费用成本短期增加，但整体业绩表现符合公司预期。随着第四季度销售旺季的到来，公司各品牌销售表现预计会有进一步提升。同时，ODLO 品牌预计在今年四季度正式启动运营。 **二、Q&A** **Q1：公司接下来在 X-BIONIC 品牌营销的规划和考虑是什么？** ➢ 首先，公司将在各新媒体平台做大量投放推广。其次，冬季及滑雪季中，公司会聚焦 X-BIONIC 品牌的核心功能内衣、秋冬季产品宣传，同步营销独特的

	战术品类。目前，大约 50%的户外产品消费群体都属于都市人群，公司也会根据这个现象持续推出艾德系列产品，根据不同消费群体、不同产品品类进行针对性营销。 **Q2：公司线下门店店效差异大的原因是什么？** ➢ 门店店效与门店面积、所在城市紧密相关。目前销售表现比较好的门店都在东北地区，其次是华北市场。预计再开少量门店，公司在东北市场的布局就会完成。下一步可能在华北、华东和西南再拓展店铺。 **Q3：X-BIONIC 在华东和华南地区未来的推进速度是怎样的？** ➢ 区域推进将会和产品规划同步，应该会是明年下半年同步发力。销售渠道选择方面，公司仍会以购物中心为主，现阶段已经在与某些高端商场接洽中。在产品品类规划上，会在南方市场增加艾德系列推广，预计 X-BIONIC 品牌产品将来在南方和北方市场会有不同的风格。 **Q4：公司如何展望 CRISPI 品牌未来发展？** ➢ CRISPI 品牌预计将保持稳健增长。该品牌采用欧洲优质牛皮并坚持意大利手工生产，是比较稀缺的，在户外鞋领域具有专业功能和高端经典属性，已经形成较稳定、复购意愿较强的消费群体。目前 CRISPI 和 HOUDINI 等其他品牌一起由上海飞蛙团队运营，短期尚未计划为 CRISPI 品牌单独组建核心团队，因此预计以稳健增长为主。
附件清单	无
日期	2026 年 10 月 30 日