

北京嘉曼服饰股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-007

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
参与单位名称及人员姓名	1、国金证券-杨雨钦
时间	2025年3月4日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、副总经理：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、去年市场上大都在加大折扣出清，我们为什么会选择主动抗住折扣。</p> <p>公司各品牌在不断地持续升级更新产品和服务，不断地给消费者带来新的穿着体验，重研发、提品质、丰富产品功能性、强化品牌文化、优化营销策略，为消费者提供更大的情绪价值。公司品牌多年来也积累了一批忠实的消费者，他们认可公司产品的设计、品质。公司认为坚持品牌定位才是长远发展的正确道路。公司去年以来坚持的价格策略也筛选出了符合品牌定位的消费者，他们愿意在可接受的价格范围内选择自己喜欢的产品。毕竟人们的生活方式已经从单纯的追求物质拥有到追求高品质的生活方式，优秀的消费体验感带来生活方式的变化在未来将会是更为重要的一环。品牌势能的积累，品牌文化的输出，才是公司不断发展的关键所在。</p> <p>2、2025年全年的发展规划。</p> <p>首先，公司仍然会大力发展新业务——暇步士（Hush Puppies）男女装。公司会继续对暇步士（Hush Puppies）男女装加强产品升级、品牌形象焕新、品类整合、营销推广等。同时进一步提高单店店效，继续开拓优质渠道，升级渠道质量，</p>

	<p>调整形象店和旗舰店，加大品牌势能以契合品牌建设的战略方向。</p> <p>其次，今年是水孩儿品牌三十周年，公司将围绕水孩儿开展一系列营销推广活动配合招商活动和渠道升级，进一步扩展水孩儿的市场占有率，提高水孩儿品牌的知名度和美誉度。暇步士童装和哈吉斯童装主要会在保持品牌定位和利润率水平的前提下，提高单店店效，并继续拓展优质渠道。</p> <p>3、公司如何看待未来的市场发展空间。</p> <p>公司旗下各品牌店铺数量与同价位品牌相比仍然较少，线下渠道主要市场分布于华北、西南和华东地区。各个品牌的现有市场仍有深耕空间，公司仍会在未来持续扩展优质渠道。</p> <p>4、各品牌供应链是否有重合。</p> <p>公司旗下各品牌有部分供应链资源的重合。</p> <p>5、面对出生率下降的问题，公司对于童装开店的有什么计划。</p> <p>在宏观层面国家一直在出台相关的政策鼓励生育，配套政策相信也会陆续跟上。在微观层面生育是属于个人生活方式的选择。但总体来说，我国儿童人口基数较大，3-14岁是当前童装消费的主力群体。并且中国的经济依然是不断向前发展，未来市场注重品牌化、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。公司始终致力于产品的研发创新和品牌的塑造，不断优化线下渠道，置换流量大、位置佳的店铺，同时开拓新的优质店铺渠道，升级渠道质量以契合品牌的战略化建设。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2025年3月4日