

日播时尚集团股份有限公司

机构现场调研记录

时间：2018年3月14日上午 9:00-10:30

地点：公司厂区（上海市松江区茸阳路 98 号）

调研机构：Amiral Gestion 基金公司 投资分析师 Jon Xu

接待人员：董事会秘书 靳耀鹏

调研内容：

一、现场会谈内容

1、请公司介绍一下发展历史

公司是由王卫东和曲江亭夫妇于 2002 年创立，创始人夫妇本身便为设计师，曾于广州经营服装批发，后转战上海创立日播服饰，broadcast: 播品牌开始步入快速发展期，播品牌主要面向都市文艺女性为其提供精品女装，该客户群年龄范围为 25~35 岁，与江南布衣的客户群有所重叠。但 broadcast: 播品牌的内核为生态美学，相比江南布衣仍有所区别。经过多年的发展目前是公司的主力品牌，目前占营收的 8 成左右。2007 年成立 PPT 品牌，后更名为 personal point，目前仍在培育期。2008 年公司的部分有想法的设计师决定自创品牌，公司也很看好其发展，因此投资成立了广州腾羿服饰有限公司，为公司的控股子公司，主要运营 CRZ 品牌，CRZ 为潮牌，主要面向年轻酷玩的消费者。目前该品牌占公司的营收接近 2 成。

2、请问公司现有员工，及设计师有多少？

根据公司半年报披露，公司现有员工 1400 多人，其中设计师超过 160 人，每个品牌均有独立的设计师团队。

3、请问公司产品的设计流程？

公司在设计产品前需进行咨询收集，根据各时装周、市场流行资讯、客户购买偏好等进行设计企划，划分本季产品的大类及相应款式比例，分配设计师团队进行设计，之后进行样衣打样进行修改，定好后安排生产并铺货到市场，其后根据市场反应追加设计流行款式。

4、公司会员的粘度

公司目前的会员服务仍然是有很大的开发空间，公司四年来着力推进全渠道项

目，主要的目的就是围绕以消费者为核心为其提供全天候、线上线下一体化贴心周到的服务，期望我们的会员客户不但能获得优质的产品，更能获得优质的服务体验。全渠道项目将使消费者能够随时召唤专属客服，了解公司品牌最新的产品信息，方便在各类的消费场景获得产品搭配建议、试穿、提货、换货、送货、结账、反馈、互动等等服务。我们认为只要抓住消费者的心，真正为消费者提供价值的品牌才能获得长久的生命力，企业的规模与盈利也能顺其自然的发展。

5、请问公司品牌开店情况？

根据公司季报经营信息的披露，目前公司共 961 家店，比 2016 年末增长 75 家。公司期望未来进一步提升直营比例。将在一线城市开直营门店，募集资金项目中也相应的开店计划，从目前直营门店的数量和密度来看，国内一线仍有很大增长空间。但开店进度公司将视商业氛围进行谨慎选址推进。

6、请介绍一下公司的供应链

公司的供应链一直在推进精益供应链，该供应链模式要求小批量快批次式供货，相较传统的大批量少批次的供货模式更加能够与市场的终端销售对接，根据市场实时的销售数据安排相应的生产，提高产品效率，减少库存积货。但该模式对整个信息系统及上游供货商的能力提出了很高的要求，正常的从下订单开始，到采购面料、制衣、发货、到店，这个流程至少 20 天以上。但若想达到理想的精益供应链，这个周期需压缩到 1 周之内。公司也建立合格供应商体系，每年对供应商进行打分，督促双方共同提升协同效率。总体来说精益供应链公司也在不断的摸索前行。

7、关于公司的业绩增长预期如何？

公司之前几年的业绩相对稳定，上市后公司也存在需不断前行，提升效益为投资者带来回报。具体数据请查看公司未来发布的定期报告。公司一直不忘初心，以优质的产品力服务我们的客户，我们相信抓住消费者的心一定会使我们获得丰厚的回报，最后再反馈给我们的投资者。

二、参观厂区及品牌展厅

记录人：靳耀鹏

日期：2018-3-14