

证券代码：002154

证券简称：报喜鸟

## 报喜鸟控股股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20190613

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	中国人寿资产管理有限公司 王霄霄 汇丰晋信基金管理有限公司 刘淑生 中国人保资产管理有限公司 奚晨弗 中国人保资产管理有限公司 李明杰 万家基金 丁玉杰 广发证券 赵颖婕
时间	2019年6月13日下午
地点	浙江省永嘉县瓯北镇双塔路2299号报喜鸟研发大楼
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书 谢海静 证券事务代表 包飞雪
投资者关系活动主要内容介绍	1、问：2019年第一季度实现净利润增长较大，主要原因是什么？ 答：2019年第一季度，公司实现营业收入7.7亿元，较上年同期增长4.67%；归属于母公司所有者净利润9,119万元，较上年同期增长159.18%，主要是哈吉斯、宝鸟收入实现增长，获得政府补助较上年同期增加，且本期无股权激励股份支付费用等。 2、问：2019年度目前销售情况如何？ 答：截至5月底，各品牌终端零售合计保持平稳发展，其中主

	<p>要品牌哈吉斯仍然保持较好势头。</p> <p>3、问：目前哈吉斯增长的主要影响因素是什么？</p> <p>答：哈吉斯品牌定位中高端时尚英伦风格，包括男装、女装，产品适用于商务场合也可休闲，深受消费者认可，实现销售增长。同时，哈吉斯品牌坚持产品创新，注重产品研发，通过品牌跨界合作、巡展活动提升品牌影响力，提升供应链效率，加强品牌拓展增加品牌网点数量等。</p> <p>4、2018 年度政府补助金额是多少？</p> <p>答：5000 多万。</p> <p>5、2018 年度对投资的互联网金融股权进行了减值计提，2019 年度是否继续计提？</p> <p>答：公司已对所持有的小鱼金服 10%股权进行转让，该部分减值已计提充分。</p> <p>6、问：公司主要品牌经营情况？</p> <p>答：2018 年度，报喜鸟品牌实现收入 128,144.81 万元，较同期增长 18.23%；哈吉斯品牌实现收入 87,232.75 万元，较上年同期增长 33.33%；宝鸟实现收入 51,334.97 万元，较上年同期增长 22.21%；乐飞叶品牌实现收入较上年增长 14.18%；恺米切实现收入较上年增长 39.20%。</p> <p>7、问：根据半年度业绩预测，相比较于一季度，二季度增长幅度小的原因是什么？</p> <p>答：每年二季度为服装行业淡季，没有特别变化。</p> <p>8、问：报喜鸟电商主要销售库存为主吗？</p> <p>答：电商平台销售包含正价商品、特卖产品、专供款等。</p> <p>9、问：公司存货情况，存货减值计提方法</p> <p>答：截止 2018 年 12 月末，公司存货 819,771,594.17 元，较期初增长 6.64%，2018 年度计提存货减值准备 54,925,225.32 元。</p> <p>存货跌价测试方法：根据《企业会计准则》的规定，对存货测算出估计售价，减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其</p>
--	---

	<p>可变现净值，与存货账面余额对比，计提相应跌价准备。</p> <p>10、问：各品牌的发展规划</p> <p>答：公司坚持一主一副的发展战略，坚持服装实业为主业，实施多品牌运营，坚持“聚焦、简单、标准、可复制”的经营原则，围绕中高端男装品牌的定位，继续聚焦核心业务，通过品牌网点拓展、提升单店业绩，加强产品研发和品牌推广，努力提升公司运营能力。</p> <p>报喜鸟坚持“推买断、扩规模、强定制、提产销”的发展思路，继续加强品牌网点的拓展，持续推广婚庆系列，通过量体师巡店促进定制业务的开展，引导加盟商公司化运作，打造多子店多业态组合，直营渠道重点布局精品百货和购物中心店，利用品牌巡展等活动提升品牌影响力。</p> <p>HAZZYS 继续加强品牌网点拓展，通过巡展、IP 跨界等方式加强品牌推广，努力打造高绩效店铺，提升产品品质，做到降本增效。</p> <p>恺米切品牌重点开发优质加盟商客户，争取 2019 年度实现扭亏。</p> <p>LAFUMA（乐飞叶）定位“轻户外、悦旅行”，努力扩大电商和加盟商销售占比。</p> <p>所罗定制和云翼智能，继续推进定制网点的合作和开拓，进一步提升生产产能利用率。</p> <p>宝鸟品牌和衣俪特校服品牌，努力扩大销售规模。</p> <p>11、问：哈吉斯品牌加盟和直营比例是多少？</p> <p>答：目前哈吉斯网点结构中，绝大多数为直营。</p> <p>12、问：2018年度报喜鸟品牌收入增长接近20%的原因是什么？</p> <p>答：主要是品牌网点增加，加盟商买断比例提升。</p> <p>13、问：哈吉斯是韩国设计吗？</p> <p>答：哈吉斯品牌有独立的运营和研发团队，产品设计和供应商选择须经韩方审核确认。</p> <p>14、问：宝鸟盈利能力怎么样？</p> <p>答：近年来，宝鸟收入规模扩大，毛利率有所下降。</p>
--	---

	<p>15、问：云翼智能这个品牌去年收入多少？</p> <p>答：云翼智能是个加工平台，承接第三方定制店的加工业务，2018年度收入实现增长，但费用支出也较大。</p> <p>16、问：多品牌运营是否分散注意力？为何不集中精力发展核心品牌？</p> <p>答：品牌的发展需要时间和时机，而每个品牌都有其生命周期，未来公司要做强做大，多品牌发展是必然选择。</p> <p>17、问：创投贡献的利润有多少？</p> <p>答：投资业务上，主要通过参与设立投资基金开展投资业务，短期上暂无贡献利润。今年5月份收到参股的浅橙科技分红款500多万，5月份投资2280万元受让衣拿科技股权4.56%。</p> <p>18、问：我们定制业务的优势有哪些？</p> <p>答：报喜鸟定制业务始于2003年，20多年精湛工艺技术，拥有700多家线下网点，500多名专职量体师及多年来的量体数据库，并建有智能生产车间实现工业4.0 智能生产，公司量体师可在72小时内上门免费量体搭配，360小时完成成衣交付。</p> <p>19、问：2018年度分配方案为每10股派息1元（含税），未来是否保持高比例分红？</p> <p>答：未来具体视公司经营情况和现金流情况制定相应的分红方案，且分红方案须经董事会和股东大会审议。</p> <p>20、问：公司推行股权激励计划吗？</p> <p>答：公司于2017年实施了股权激励计划，未来尚不确定。</p> <p>21、问：在同一个城市，各品牌由同一个加盟商运营吗？</p> <p>答：不一定。各品牌选择加盟商的标准不一样。</p> <p>22、问：公司商铺资产是否会继续计提减值？今年出售商铺情况如何？</p> <p>答：商铺是否计提减值将根据企业会计准则执行，商铺出售情况正常开展。</p> <p>23、问：公司运营团队今年会有大的变化吗？</p>
--	---

	<p>答：公司运营团队目前较为稳定。</p> <p>24、问：各品牌电商业务开展如何？</p> <p>答：电商销售占比中，哈吉斯占比最高。</p> <p>25、问：2018年度归属于母公司所有者净利润5000多万元，主要影响因素有哪些？</p> <p>答：主要是公司品牌网点增加、加盟商买断制占比提高，品牌实现收入增长，而人工费用、终端费用增加，股权激励股份支付费用1亿多元计入管理费用。</p> <p>26、问：今年计划关闭一些小品牌吗？</p> <p>答：具体看经营情况而定，目前无法确定。</p> <p>27、问：2018年度人员增长较多主要在哪些方面？</p> <p>答：主要是新网点增加和云翼智能业务的推进，市场销售人员增加较多。</p> <p>28、问：公司员工待遇如何？</p> <p>答：在温州，公司员工福利待遇具有较好的市场竞争力。</p> <p>29、问：除了报喜鸟、哈吉斯、宝鸟以外，还有哪些潜力较大的品牌？</p> <p>答：目前比较看好恺米切和乐飞叶，分别为意大利衬衫品牌和法国户外休闲品牌，2018年度恺米切实现收入较上年增长 39.20%，乐飞叶品牌实现收入较上年增长 14.18%。</p> <p>30、问：所罗定制发展如何？</p> <p>答：该品牌以加盟为主，由于基数较低占公司整体份额小，目前增速较快但对公司整体影响不大。</p> <p>31、问：报喜鸟加盟和直营比例？</p> <p>答：目前报喜鸟加盟网点数量多于直营网点。</p> <p>32、问：大股东增持情况，后续是否继续增持？</p> <p>答：公司控股股东吴志泽先生及其一致行动人基于对当时资本市场的认识和对公司未来持续稳定发展的信心，于 2017 年 7 月至 2019 年 3 月合计增持公司股份 126,963,604 股。增持后，公司控股</p>
--	---

	股东及一致行动人合计持有公司股份 314,092,747 股，占公司总股本 25.80%。 大股东是否继续增持系大股东自身考虑，我们不知情。
附件清单(如有)	无
日期	2019 年 6 月 13 日