

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： 20250513

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 （请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2025 年 5 月 13 日 15:00~17:00
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	1、董事长兼总经理吴志泽 2、董事、副总经理兼财务总监吴跃现 3、副总经理兼董事会秘书谢海静 4、独立董事苏葆燕 5、独立董事李浩然 6、独立董事沃健
投资者关系活动主要内容介绍	投资者提出的问题及公司回复情况 公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复： 1、公司在 2025 年是否有新的产品线或服务推出？这些新产品或服务的市场反应如何？ 您好！感谢您的关注。公司产品品类涵盖西服、西裤、衬衫、夹克、羊毛衫、POLO 衫、羽绒服、速干衣、休闲裤、皮鞋皮具等全品类服饰，各品牌根据品牌定位在坚持独有的风格与调性的基础上，每年按照春夏和秋冬两季、分不同主题进行产品研发，满足消费者的个性化、时尚化需求。2025 年第一季度整体销售情况低于公司预期。谢谢！ 2、吴总，您好，在现在的经济背景下，公司如何在西服领域

继续维持现状，woolrich 何时能产生盈利，公司针对现在的处境是否有采取降本增效的措施。谢谢。

您好！感谢您的关注。报喜鸟品牌实施西服第一品牌战略，坚持“西服做全做宽，休闲做准做精”原则，努力通过加强产品研发创新、品牌推广、渠道拓展和运营管理促进报喜鸟品牌实现稳健发展。Woolrich 品牌将实行小步快走策略，稳步推进。降本增效方面，公司通过加强内部运营管理，品牌间通过成熟品牌带动成长品牌、培育品牌，实现资源共享、协同发展等方式努力提升运营效率，但人工、折旧摊销、终端运营等费用较为刚性。谢谢！

3、目前国内服装市场竞争日益激烈，在此背景下，公司选择收购 Woorich 品牌，且业务布局集中于欧洲以外区域。想请问公司出于怎样的战略考量做出这一决策？为何未选择同步探索出海业务，主动开拓国际市场？另外，公司旗下多品牌在产品定位、目标客群等方面存在一定重合，实际运营中是否会产生品牌间的内耗竞争？未来又将采取哪些举措平衡各品牌发展，避免资源分散与同质化竞争？

您好！公司坚持服装主业，实施多品牌、全渠道发展战略，旗下已有三个超十亿规模品牌报喜鸟、哈吉斯和宝鸟。公司是国内少数几家成功实施多品牌发展战略的服饰集团之一，积累了丰富的中高端品牌服装产业资源和运营经验。公司收购 Woolrich 品牌全球 26 个国家和地区知识产权符合公司坚持服装主业、多品牌发展战略需要，进一步完善公司多品牌矩阵，也是公司国际化发展的重要一步。谢谢！

4、自 9 月 24 日 A 股市场大幅波动以来，众多上市公司纷纷采取回购股票并注销、大股东增持等措施稳定股价、提振市场信心。此前，贵公司大股东曾计划以 8 亿元参与上市公司定增，不过该定增方案现已被中小股东否决。在此背景下，请问公司大股东后续是否会选择在二级市场增持公司股票？

您好！感谢您的关注。如有增持计划将按照相关法律法规进行信息披露。谢谢！

5、吴总您好！不少股东关注到，一些同类型企业会面向股东推出特别优惠活动，比如每年举办四次 7 折优惠购物活动。这不仅能增强股东的参与感，还能有效提升品牌与股东之间的粘性。想了解一下，报喜鸟在这方面是否有类似的考虑和规划？是否有可能推出针对股东的专属折扣活动，让股东在享受公司发展红利的同时，也能更直接地体验到公司产品的品质与魅力？

您好！感谢您的关注和建议，公司已建立线上线下全渠道营销网络，各品牌不定期开展多种形式的促进消费活动，欢迎您的参与和体验。后续若有针对股东的专属活动，公司将会及时公告，敬请关注公司公告。谢谢！

6、请问公司在 2025 年的投资计划和财务状况如何？是否有任何重要的资本支出或融资计划？

您好！感谢您的关注。公司已于 2025 年 3 月 21 日在巨潮资讯网、《证券时报》、《中国证券报》和《上海证券报》上披露了《关于收购 Woolrich 品牌全球（欧洲除外）知识产权完成交割暨自愿性披露的公告》、《关于拟投资建设上海研发中心暨报喜鸟长三角总部的公告》；未来，如有其他重大资金支出或融资计划将严格按照相关法律法规进行信息披露，敬请关注公司公告。谢谢！

7、谢总您好！想向您请教两个问题：一是在法律法规框架内，公司未来计划通过哪些具体措施进一步提升信息披露的质量与透明度，以便投资者能更全面、准确地了解公司发展动态？二是关于投资者关系管理方面，不少投资者反馈在沟通定增等重要事项时，希望能获得更专业、详尽的解答。公司后续是否会加强投关团队的专业培训，优化沟通服务，提升投资者沟通体验？感谢您拨冗解答。

您好！感谢您对公司的关注和支持。公司高度重视信息披露工作，严格遵循法律法规要求，持续提升规范运作意识，依法依规做好信息披露工作，确保信息披露真实、准确、完整、公平、公正。同时，公司通过业绩说明会、投资者现场调研、分析师会

议、投资者热线等方式与投资者进行交流和互动。谢谢！

8、贵公司如何拥抱科技，如何创造品牌，如何引领世界？

您好！感谢您的关注。公司以品牌服装的研发、生产和销售为主营业务，积极关注服装产业和前沿技术的发展方向并努力研究和跟进。公司以弘扬服饰文化、妆点美好生活为企业使命，努力为消费者提供优质产品和服务，为美好生活添砖加瓦。谢谢！

9、请问董事长：公司定增被否后近期还有融资计划吗？能否考虑二级市场增持股票或者什么提振公司股价的新举措？

您好！感谢您的关注和建议。关于融资计划，公司将根据公司战略发展需要及资金使用需求制定融资方案，并积极做好资金使用计划和成本控制。同时，公司将积极做好生产经营工作，努力以实现良好的业绩回报全体投资者。如有增持计划，公司将会及时履行信息披露义务，敬请关注公司公告。谢谢！

10、贵公司 2024 年报分红太少了，2025 年中报记得也分一次红哦。

您好！感谢您的关注和建议。公司董事会将根据经营情况、财务状况以及公司战略发展、资金需求等因素综合考虑合理制定分红方案。谢谢！

11、您好！感谢您的关注和建议，我们会将您的建议向经营层转达。谢谢。请问你回答多少类似的答案，有的上市公司回答真的很专业，让投资者学到很多，报喜鸟的回答真的全程废话文学，让人没有学习的想法，建议你用点心，别忽悠。

您好！感谢您的批评和建议，公司会持续加强内部学习和培训，努力提升投资者关系管理工作。谢谢！

12、吴董您好！Hazzys 品牌发展态势良好，想请教公司是否有计划打造一个与之类似、具有市场竞争力的自有品牌呢？

您好！感谢您的关注。公司实施多品牌、全渠道发展战略，旗下已有三个超十亿规模品牌报喜鸟、哈吉斯和宝鸟。公司建立了成熟品牌、成长品牌和培育品牌的品牌矩阵，经营策略上，成熟品牌坚持稳健发展、成长品牌坚持快速健康发展、培育品牌坚

持小步快走，稳步提升各品牌在细分市场的市场竞争力。谢谢！

13、吴董，今日网传您个人正在申请增持货，会考虑在二级市场增持报喜鸟股票，请问是真的吗？

您好，感谢您的关注。如有相关计划，公司会及时公告，敬请关注。公司指定信息披露媒体为巨潮资讯网、《证券时报》、《中国证券报》和《上海证券报》。谢谢！

14、吴董，您好：请问目前行业下行，公司是否考虑引进一些优秀人才作为鲶鱼效应，目前公司高层舒服日子过太久，缺乏动力，请问公司是否引入竞争机制？

您好，感谢您的关注。公司已建立较为成熟的绩效考核体系并持续完善，促进优胜劣汰，调动团队的工作积极性和创造性，为公司实现高质量、可持续、稳定性发展的长期战略目标共同努力。谢谢！

15、报喜鸟大股东 24 年九月底提出的大股东 2.8 元的定增方案明显损害中小股东权益，而且大股东前几年已经低价定增过，还是大股东全额认购，假如目前大股东为了稳固控股权可以二级市场买入股票或者全员配股，或者发行债券，连续低价定增真的是让中小股东很失望

您好！感谢您的关注和建议。公司坚持服装主业，实施多品牌、全渠道发展战略，始终坚持努力通过实现良好的业绩和分红为股东带来良好的投资回报。但企业经营和发展质量受经济景气度及市场需求的直接影响，公司于 2024 年 9 月推出的再融资方案系基于为公司持续推进和深化多品牌战略、未来业务的快速发展以及市场占有率的提高提供坚实的资金保障，增强公司竞争能力，提升公司持续盈利能力和抗风险能力，最终实现全体股东利益的最大化。谢谢！

16、请问吴董事长：公司上市十多年来，股价长期低迷，在同行业中市盈率最低，24 年公司分红特别少，公司将如何加强市值管理；近期公司收购了国外公司，公司将如何布局，在国际市场分一杯羹！公司定增方案被否后下一步将如何应对！

	您好，感谢您的关注。公司将继续努力做好生产经营，并根据经营情况、财务状况以及公司战略发展、资金需求等因素综合考虑合理制定分红方案，努力通过实现良好的业绩和分红为全体股东带来良好的投资回报。 公司已于 2025 年第一季度完成 Woolrich 品牌全球（欧洲除外）知识产权的收购。未来，Woolrich 品牌将实施直营、加盟、品牌许可、电商等多元化模式，进行全球化布局，稳步推动品牌全球化发展。 关于融资方案，公司将积极做好资金使用计划和成本控制，同时与外部金融机构保持良好沟通，根据公司战略发展需要及资金使用需求制定融资方案。谢谢！ 17、未来线下销售还有机会么？咱们网点近期会做什么收缩或扩张动作么？ 您好！感谢您的关注。公司坚持线上线下全渠道营销策略，以实现高质量、稳定性、可持续性发展为战略目标，近年来，公司保持了较为稳健的渠道拓展速度。未来，公司将根据经济景气度、市场环境变化、品牌定位和品牌发展阶段等因素进行品牌发展规划，努力实现高质量、稳定性、可持续性发展。谢谢！
附件清单(如有)	
日期	2025-05-13