**起步股份有限公司**

**投资者见面会会议纪要**

**一、会议基本情况**

会议时间：2017年12月20日

会议地址：浙江省青田县油竹新区侨乡工业园区赤岩3号公司9楼会议室

参会人员：董事会秘书吴剑军先生、华金证券高级分析师王冯、华金证券分析师齐莉娜。

**二、会议主要内容纪要**

就现场人员交流的主要内容整理如下：

**1、公司销售模式较其他品牌较特殊，自成立以来几乎全部以经销为主，为何现在打算开直营店？未来在店铺选址上有何要求？**

根据公司区域运营的现状和未来发展目标，公司计划以经销商渠道为依托，以服务经销商为出发点，通过在重点区域建立区域运营服务中心的方式，实现营销服务前置、品牌形象优化、市场信息精准预测、消费者需求快速反应。同时，配套开设直营零售店，填补部分市场空白，以新建零售店作为地区示范店，带动零售店标准化经营，并辅以提升品牌形象。本项目建成后能够有效服务经销商，提升公司的营销服务能力，填补部分市场空白、进一步挖掘市场潜力。

城市经济发展程度、物价水平、居民收入水平和消费者偏好会影响公司在该区域配套开设零售店的数量和规模。公司在直辖市和省会城市开设的零售店将以旗舰店为主；而在普通地级城市将以标准店为主。

**2、如何看待未来的开店空间**

随着全面放开二孩政策的实施，未来我国新生儿出生率将进一步增加，儿童鞋服潜在市场规模也将进一步扩大，这将为童装、童鞋市场带来巨大的新增需求。在儿童鞋服市场，公司坚持走自主品牌的发展路线，通过省级代理及专营网点进行产品销售。经过多年的积累，截至2016年12月31日，公司终端网点数量达到2278家，在市场上取得了一定规模优势。但是，市场开店空间还很大。公司计划在原有的营销渠道网络的基础上，通过开设直营旗舰店和直营标准店店的方式，进一步挖掘一、二、三线市场的市场潜力，同时扩大在一、二线市场的影响力，提升品牌定位，抢占市场份额。

**3、过去几年增速较快的有童装，那么我们现在所有的经销商店都是童装和童鞋一起卖还是专卖店也分不同的类型？**

公司坚持童鞋、童装两项主要业务协同发展。处于一、二线城市的主商业街道和次主要商业街道的店铺，全面展示现有3大产品线，包括：童鞋、童装、儿童服饰配饰。通过店铺来展示品牌形象，宣传品牌文化理念，打造一站式购物平台。处于二、三线及以下城市的主商业街道和次主要商业街道的店铺，进行针对性展示现有产品和品牌形象，根据当地经济、消费习惯、居民收入水平等因素，进行产品类别差异化销售。

**4、现在一年四次订货会，有没有补单情况？能否看到终端实时销售？**

为了充分满足各经销商的差异化需求，对产品合理备货，公司采取经销商集中向公司订货的模式，并通过订货流程的设计和协议条款执行。

公司每年组织四季订货会，订货会一般在新一季产品推出6个月之前召开。经销商熟悉当地市场，对每个销售季节的产品需求有较合理的判断，所以订货会主要用于满足每年四个销售季节中相对固定的货品种类需求，同时结合不同季节的市场情况以及特殊气候条件进行适当调整。经销商参加公司的大型订货会下单；订单或补货单确认后，未经公司许可，经销商不得任意撤销、变更。当然，公司也正大力推行快返业务，满足市场及消费者多变的需求。

目前，公司终端系统覆盖率较高，可以通过系统查看销售数据。公司通过现有的信息化系统，已经实现在内部运营效率、数据采集与分析、智能订货、自动补货等智能化功能。同时，通过信息化系统升级改造项目，升级改造公司现有的分销系统，一方面优化终端门店的信息数据管理，为门店提供销售即时分析、货品库存预警、智能化货品盘点等功能；另一方面完善总部商品数据分析及终端业务管理能力，有效管控并指导终端提升销售业绩。此外，升级后的分销平台可以实现内部采购平台互联网应用，提升适应市场的快速反应能力，增强公司的竞争优势。

**5、目前仅有一个品牌，会不会考虑多品牌发展？**

今年10月，浙江省政府宣布实施推进企业上市和并购重组的“凤凰行动”计划，积极培育公司上市，也鼓励上市公司进行行业并购与整合。公司作为上市公司，品牌多元化及外延并购都是未来考虑的发展方向。