

证券代码：002563

证券简称：森马服饰

## 浙江森马服饰股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2021-07

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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	见附件
时间	2021年5月13日 15:00-17:00(网上业绩说明会)
地点	上海闵行区莲花南路 2689 号
上市公司接待人员姓名	公司董事长邱光和先生，执行董事长邱坚强先生，董事兼总经理徐波先生，董事、副总经理兼财务总监陈新生先生，独立董事季晓芬女士，联席总经理陈嘉宁女士，董事会秘书宗惠春先生。
投资者关系活动主要内容介绍	2020年度网上业绩说明会
附件清单(如有)	投资者活动记录
日期	2021年5月13日

附件:

## 浙江森马服饰股份有限公司 投资者活动记录

### 活动交流内容:

Q: 疫情对公司今年的业绩有什么影响吗?

A: 随着疫情防控取得显著成效, 市场零售环境明显改善, 2021年, 公司将迎来全面恢复与发展。疫情对全行业产业链的影响是深远的, 对企业的发展影响差异化明显, 优势头部企业资源整合的能力受到检验, 在后疫情时代, 头部优势企业将有机会进一步提高市场占有率, 巩固竞争优势地位, 获得更多的资源。疫情将推动细分行业龙头企业的加速发展。

Q: 目前, 公司的渠道情况怎样? 线上和线下销售的占比是怎样的?

A: 感谢投资者对公司的关注。公司采取直营与加盟相结合、线上与线下互补的多元化营销网络发展模式。截至2020年12月31日, 公司已在全国各省、自治区、直辖市及海外建立了8725家线下门店, 其中直营681家, 加盟7693家, 联营351家; 同时, 公司在淘宝、天猫、唯品会等国内知名电子商务平台建立了线上销售渠道。公司线上收入占比接近40%。

Q: 公司成人服饰业务和儿童服饰业务一季度业务发展情况如何?

A: 第一季度公司营业收入快速恢复, 同比实现良好增长, 主要是现有业务健康发展。公司童装业务扎实稳健, 头部集中效应进一步凸显, 未来有望继续保持较高增长。成人装业务的业务质量和效率明显改善, 为公司主要经济指标的改善作出突出贡献。

Q: 最近, 原材料价格上涨, 请问对公司有何影响? 公司会考虑调价吗? 未来, 原材料的价格仍会处于高位, 公司做了哪些应对?

A: 纺织服装行业成本呈上升趋势, 加工业上游成本的上升自然会向下游传导。公司近年不断对供应链进行改革, 改革重点在于公司对供应商资源的持续优化与整合, 公司与一大批具有规模化、标准化能力的生产商形成了战略合作关系, 同时对产品计划、设计、生产组织、采购、仓储、运输等环节加强管理, 提高效率, 通过规模化订单及科学严谨的下单计划, 有效控制产品成本, 着力提高产品性价比。得益于持续改革取得的成效, 公司产品价格平稳。随着公司销售规模扩张, 议价能力也随之增强, 能够进一步有效控制产品成本, 为消费者提供更高性

价比的服饰产品。

Q: 请问董秘, 森马服饰现今的竞争对手有哪些, 相比于他们, 森马有哪些优势

A: 森马服饰主要经营休闲服饰、儿童服饰产品, 旗下拥有以森马品牌为代表的成人休闲服饰和以巴拉巴拉品牌为代表的儿童服饰两大品牌集群。森马品牌定位以休闲服饰为主的大众日常生活方式品牌, 为 18-35 岁的大众消费者提供有品质、有颜值、充满亲和力的服饰及生活所需的产品和服务。巴拉巴拉品牌倡导专业、时尚、活力, 面向 0-14 岁儿童消费群体, 产品定位在中等收入小康之家。经过多年的努力, 森马品牌已位居本土休闲装品牌龙头地位, 巴拉巴拉品牌占据童装市场绝对优势, 连续多年国内市场份额第一。中国服装消费市场发展空间巨大, 竞争激烈。在休闲装市场, 随着国际品牌的进入和渠道下沉, 市场竞争越来越激烈, 激烈的竞争促进了中国服饰品牌的进步与发展, 森马服饰通过持续学习, 坚持创新, 与时俱进, 始终保持良好的竞技状态, 公司坚持以服装为主业, 注重培育和巩固核心能力。在儿童服饰市场, 随着中国人口政策, 消费结构的变化, 儿童服饰细分市场近年来保持着较高的增长, 引来众多企业和品牌进入, 加剧了竞争, 巴拉巴拉作为头部优势品牌, 先发优势明显, 近年来的增长明显高于行业均值, 市场份额持续提升。公司拥有品牌影响力、成功的多品牌运作平台及经验、以和谐共赢为核心的资源整合能力、广泛深入的全渠道营销网络布局、财务稳健。公司关注行业发展和竞品经营情况, 研究案例, 总结经验, 向优秀的品牌和企业学习, 促进公司持续、健康、稳定发展。

Q: 董事长, 你好! 能都详细谈谈公司未来几年的发展战略?

A: 公司坚持服饰主业, 发展多品牌服饰业务, 满足消费者日益增长和多元的服饰文化消费需求, 公司要发展成为全球领先的时尚报务提供商, 还有很长的路要走, 需要巩固现有业务优势, 并在此基础上发展创新业务体系, 在新环境下, 培育新业务, 持续改革与创新, 实现更好的业绩, 回报投资者。

Q: 公司一季度增长情况比较好, 请问主要原因是什么? 环比情况如何?

A: 公司 2021 年第一季度实现营业收入 33.10 亿元, 较上年同期增加 20.91%; 实现归属于上市公司股东的净利润 3.53 亿元, 同比增加 1,916.78%。主要原因是 1、公司 2020 年一季度业绩受疫情影响, 基数较低。2、报告期, 公

公司业务恢复增长。

Q: 请问新一代巴拉巴拉形象更新，年内会普及到所有门店吗？

A: 感谢投资者对公司的关注。巴拉巴拉店铺形象更新是本年度的重点工作之一，会覆盖大部分门店。

Q: 请问贵司近期有无跨境 B2C 业务的布局？

A: 感谢投资者对公司的关注。森马品牌在 2016 年就开始了全球化布局，包括入驻东南亚第一电商平台 Lazada。2017 年，森马入驻速卖通开设品牌旗舰店。上述渠道目前仍在运营中。

Q: 公司未来的业务增长及发展模式是什么？

A: 森马服饰主要经营休闲服饰、儿童服饰产品，旗下拥有以森马品牌为代表的成人休闲服饰和以巴拉巴拉品牌为代表的儿童服饰两大品牌集群。公司产品全部外包生产，公司主要业务包括品牌运营、设计研发、生产组织与成衣采购、零售管理等。森马品牌定位以休闲服饰为主的大众日常生活方式品牌，为 18-35 岁的大众消费者提供有品质、有颜值、充满亲和力的服饰及生活所需的产品和服务。巴拉巴拉品牌倡导专业、时尚、活力，面向 0-14 岁儿童消费群体，产品定位在中等收入小康之家。经过多年的努力，森马品牌已位居本土休闲装品牌龙头地位，巴拉巴拉品牌占据童装市场绝对优势，连续多年国内市场份额第一。中国服装消费市场发展空间巨大，竞争激烈。在休闲装市场，随着国际品牌的进入和渠道下沉，市场竞争越来越激烈，激烈的竞争促进了中国服饰品牌的进步与发展，森马服饰通过持续学习，坚持创新，与时俱进，始终保持良好的竞技状态，公司坚持以服装为主业，注重培育和巩固核心能力。在儿童服饰市场，随着中国人口政策，消费结构的变化，儿童服饰细分市场近年来保持着较高的增长，引来众多企业和品牌进入，加剧了竞争，巴拉巴拉作为头部优势品牌，先发优势明显，近年来的增长明显高于行业均值，市场份额持续提升。公司将继续秉持“一切以消费者为中心”，直面改变，拥抱革新，持续推动品牌运营、产品创新、零售体验、供应链管理等核心能力的建设，注重策略的落地和执行，打造持续和健康的成长，成为一家令人尊敬的时尚服务企业。未来发展，公司仍将坚持服饰主业，创新迭代业务模式，与时俱进，巩固巴拉巴拉的优势，强化森马休闲装的业务质量和竞争力，促进多品牌发展，为满足消费者多元的服饰文化需要而努力

经营，积极回报投资者。

Q: 我在年报中看到向天猫平台支付的费用为 3.12 亿，请问这个是推广费吗？如果不是推广费是多少？谢谢！

A: 感谢投资者对公司的关注。向天猫平台支付的费用包含了平台服务费、推广费等费用，谢谢！

Q: 公司目前库存情况如何？

A: 感谢投资者对公司的关注。截至 2021 年 3 月 31 日，公司存货为 24.41 亿元。

Q: 请问一下，为什么公司一季报的所得税费用比例高达 37.5%，远高于去年？

A: 感谢您的提问！主要是本期盈利公司所得税费用增加，亏损公司抵减了税前利润所致，谢谢！

Q: 请问一下董事长，对于新零售未来的发展怎么看？公司针对新零售业务退出了新零售中台，该中台的发展情况如何？对公司业务有怎样的促进作用？

A: 新零售是当下重要的零售渠道，发展增速良好。公司十分重视新零售业务，持续加大投入。公司通过三大业务中台的建设，尤其是新零售中台建设，支持各个业务板块开展新零售，包括直营加盟线上线下，例如直播、门店在线，促进了各个业务板块快速发展。新零售中台是以数字化为基础，强调全域库存、发货统筹提高业务效率，以前某个业务板块存货归属明晰，谁直播就卖谁的存货，未来通过数字化平台、新零售平台，打通全域数据，实现全域流通，统筹使用，提高效率。