

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：2016-2

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（）	<input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 一对一沟通
参与单位名称及人员姓名	见附件	
时间	14:00-16:00	
地点	上海闵行区莲花南路2689号	
上市公司接待人员姓名	郑洪伟（副总裁、董事会秘书）	
投资者关系活动主要内容介绍	就公司业务、发展战略和分析师进行交流	
附件清单(如有)	投资者活动记录	
日期	2016年2月1日	

附件

## 浙江森马服饰股份有限公司 投资者活动记录

**时间：**2016年2月1日

**投资者参与人：**

许一帜	申万宏源
许望伟	红象投资
李明阳	圆信永丰基金
陈均峰	交银施罗德
徐文广	正享投资
陈腾曦	银河证券
祝昱丰	长信基金
陈哲	中银基金
包思瑶	华富基金
林骥川	银河证券
陈一峰	安信基金
王俊韬	冠俊资产
李雪飞	光大证券
刘欢	兴业资管

**活动地点：**上海闵行区莲花南路 2689 号

**接待人：**郑洪伟（副总裁、董事会秘书）

**记录员：**范亚杰

**活动内容：**就公司业务、发展战略和分析师进行交流

**活动交流内容：**

公司副总裁兼董事会秘书郑洪伟先生首先向参会者简单介绍了公司发展相关情况：

中国服装行业自 2010 年起从需求推动的市场走向充分竞争的市场。在此阶段中,市场表现出一系列新的特征,包括渠道多元化,互联网电子商务迅速崛起,全球跨国品牌在中国进一步发展,服装行业供应的链变化以及成本上升等。中国服装消费市场需求量与供应量持续扩大,市场竞争更加充分。服装行业发展呈现出大众化业务集中化、中高端业务细分化的新形态。

森马品牌及巴拉巴拉品牌都属于大众化业务。在过去几年,巴拉巴拉作为中国国内童装第一品牌,目前保持外延扩张的发展形势,每年保持较快的增长。在市场集中化的背景下,市场资源通过重新整合与配置,给龙头企业带来更多成长的机会,随着巴拉巴拉品牌在设计、供应链、品牌优势等方面进一步提升,逐渐提高市场占有率,市场优势资源将更多地向其靠拢,促进巴拉巴拉品牌稳步发展。

森马休闲装经过几年的调整与变革,已经走出低谷,持续恢复增长,走出了创新与发展的道路,成为中国休闲装第一品牌。与此同时,休闲装市场的发展并非一帆风顺,部分公司业绩下滑,甚至出现经营困难,部分中小品牌在竞争中长期处于劣势,甚至有逐步退出市场的情况,大众休闲服装市场集中度不断提升,给森马品牌持续快速发展带来机会。

随后,郑洪伟先生与投资者就服装行业发展状况、公司主营业务情况及经营战略等内容进行交流,回答了投资者提问,具体内容如下:

Q1:公司细分行业的发展特点?

两个特点:产品方向在细分,市场份额在集中。巴拉推出 0-3 岁产品,包括森马会有越来越多的产品尝试,就是基于以上两个细分行业发展特点考虑。

经济的下滑和收入的相对减少,相对来说,也是购买力的下降,影响更大的是中高层消费者,森马品牌面对中低收入人群,中低收入人群的收入反而是增长的。所以对于公司品牌的消费人群和消费能力是提升的。消费基础存在,需求推动的基础也是存在的。

Q2:今年的天气变化明显,对公司业绩影响大吗?

A:公司所处服装行业的市场规模仍保持每年增长的态势,中国服装消费呈现每年两位数增长。在中国一线城市,市场相对比较成熟,在更广大的二、三、四线城市,消费增长更快,对服装消费需求量更大。未来,中国将成长为全球消费最大国,服装行业也将从中获得巨大发展机会。

去年下半年雨水偏多，并且天气不冷，所以对公司的销售产生一定的影响，销售增幅有所放缓，但近期天气转冷，提升了公司冬装产品的销售；其次，由于森马和巴拉巴拉渠道面积的扩张，相比去年，公司销售有一定的提升；第三，电商作为重要的渠道也发挥了重大的作用，公司的电商团队已经具备了较强的能力，也提升了公司的销售。综上，公司今年的业绩受天气变化的影响并不大。

Q3:2015 年下半年的商务政策和渠道有哪些调整？

A: 公司未来的发展方向是类直营，因此我们会加大对加盟商的管理，提升加盟商的能力。森马已经走过十多年，代理商体系也已经经历过十多年的发展，在我们的产品获得提升，在公司竞争能力提升的前提下，我们对代理商体系也做出一些调整，需要培养一批有活力的有发展潜力的代理商。

在中国，做大众化业务，要有非常好的性价比；其次必须有一个扁平化的高效的代理体系，目前，线下渠道的成本还是比较高的，但总体来看，需要打造一个强大的代理商体系。线上线下相融合，这是我们努力的方向。

Q4:公司电商发展情况

A: 未来行业的发展一定是线上线下相融合的趋势，在我们线下发展已经占据领先优势的前提下，公司近几年重视电商的发展，在电商业务上投入不少资源。2012 年，公司在杭州设立全资子公司——浙江森马电子商务有限公司，并引进人才组建独立的电商团队。目前，公司电商团队已超过 800 人。

公司森马品牌和巴拉巴拉品牌通过第三方平台进行销售，借助于原有品牌优势、规模优势、性价比优势和客户资源优势，森马品牌和巴拉巴拉品牌的线上业务在休闲装和儿童品类销售额都位列第一，年销售额基本上以每年接近翻番的速度递增。公司一直重视线上线下相结合的 O2O 业务模式的建设，互联网业务发展稳健，公司已明确电商业务两条腿走路的基调，一是继续推动现有森马品牌及巴拉巴拉品牌 O2O 模式发展，实现线上线下融合的经营体系。二是推出互联网品牌，通过电子商务形式直接面向消费者。

森马电商是森马事业平台上的一个重要的有机组成。未来，公司将继续加大电商业务投入，推动公司电商业务发展。目前，公司电商销售额占总收入的比例仍很低，未来在互联网快速发展的背景下，电子商务销售占比会逐步增大，具有很大的成长空间。

Q5: 马卡乐的发展?

A: 马卡乐定位与 0-7 岁婴童用品, 主要是在购物中心和一些较大的商场独立开店, 目前增速较快。

Q6: 公司未来的发展方向?

我们公司目前在两个方面具备非常强的竞争力: 我们已经有成熟和稳定的客户群体资源, 森马和巴拉巴拉经过多年的发展, 有大批的客户认可我们的品牌价值; 我们已经构筑了强有力的线上线下渠道资源, 并且强者恒强, 优势资源在进一步向有竞争能力的企业集中。下一步需要做的就是将更好的产品、更符合消费者需求的产品输出到上述体系中, 给消费者更好的消费体验, 持续实现业绩增长。