

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：2016-7

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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"/> 一对一沟通 <input type="checkbox"/> 其他（）
参与单位名称及人员姓名	见附件
时间	14：30-15：30
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 7 月 28 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7月28日

投资者参与人：

宋志勇	国泰君安证券
陈腾曦	中国银河证券
林骥川	中国银河证券
李有彬	中国银河证券
赵一苇	乐源财富管理有限公司
黄文婧	友邦保险有限公司上海分公司
苏超	国投瑞银基金管理有限公司
徐文广	上海正享投资管理有限公司
刘欢	兴证证券资产管理有限公司
应祎文	上海博观投资
李新	万和证券

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：

公司主要经营森马品牌休闲装和巴拉巴拉品牌童装。

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, 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, 随着收入的提高, 消费出现升级和细分, 服装行业发展也呈现出大众化业务集中化、中高端业务细分化的新形态。

大众化业务具有规模化的特征。森马品牌所处的休闲装市场是中国服装行业最大的细分市场，市场规模约为 4000-5000 亿，规模效应明显。目前休闲装行业处于市场不断集中的过程中，休闲装主要面对的消费群体为年轻人，产品需具有快速时尚变化、平价、高性价比等特征，同时也需要公司具有快速掌握时尚资讯，整合全球设计体系、快速适应消费者变化，拥有具有快速反应的柔性供应链等能力。随着休闲装市场从需求推动的市场走向充分竞争的市场，大众休闲服装市场集中度不断提升，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，这给森马品牌持续快速发展带来机会。

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，每年销售收入和营业面积均保持 20% 以上的增长。随着国内购物中心的兴起，给巴拉巴拉品牌提供线下发展新渠道。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，为中国儿童提供高性价比、安全、舒适、时尚的儿童服饰。

最近几年，电子商务作为一种新兴渠道发展迅速。公司从 2012 年起开设电商业务，通过淘宝、京东、唯品会等第三方电商平台上进行，森马品牌和巴拉巴拉品牌已在电商各自细分市场中占据第一。

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：门店分布。

A：我们将中国的消费市场分为一二三四线城市，公司在二三线城市中的店铺比重较高。中国的服装消费市场分为以一、二线城市为主的国际消费能力市场和以部分二线城市、三四线城市组成发展中的本土市场。不同的市场对产品消费能力、时尚度等方面都存在差异。但有些一线城市的郊县的消费能力、时尚度方面和二三线城市相差无几，因此也很难区分和划线这些城市。

Q2：渠道布局。

A: 全渠道是未来公司发展的方向。以前渠道中大多是街边店，目前随着购物中心和互联网等新兴渠道的兴起，消费方式和习惯已经发生巨大的变化，公司发展的重点之一也是全渠道的推进。公司电商销售每年都已翻番的速度高速增长，2015 年网络终端销售额超过 17 亿元。公司认为，电商业务发展空间较大，未来仍将保持高速增长。

过去中国服装行业的发展是渠道为王的模式，那个时候渠道是有限的，是有价值的，目前，随着房地产业发展，购物中心迅速兴起，并且互联网提供了不同的发展方式，渠道之间发生了竞争，每个渠道都会自己去寻找组合有竞争力或有能力的品牌打造自己的特色，形成自己的有特色的竞争力，因此有产品能力的优势企业更容易获得渠道资源。

Q3: 存货。

A: 公司报表上的存货出现增加，一是因为公司的业务规模扩大，因此存货必然会相应增加；二是因为公司加大互联网业务的发展，电商业务为直营业务，必然也增加了部分存货；三是因为有部分新品牌新业务的增加，例如公司女装品牌 minette、童装马卡乐品牌、韩国女装品牌 it Michaa 及德国休闲装品牌 Marc O' Polo 等业务的运营，也对存货产生影响。

Q4: 百货关店对公司的影响。

A: 与互联网的发展、购物中心的发展相比，以零售为主要业态的百货商场对公司的渠道销售影响小的多，公司更加看重的应该是关注提升自己的能力和产品、品牌、质量。

Q5: 森马品牌的订货情况。

A: 森马采用订货制，现货比例不大，但未来公司会加大现货比例，增加快反。

Q6: 供应商优势。

A: 供应链端集中化改造已经完成，规模巨大的、具备先进技术和能力的供应商已经占据了优势地位，这些一流的供应商代表了稳定的产品质量、先进的工艺、科技含量更高的面料。森马的供应商中有 30 多家为国内外上市的公司，代表了国内外一流的供应商资源。