

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：2016-8

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	11：00-12：00
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） 章军荣（财务总监）
投资者关系活动主要内容介绍	参加申万宏源举办的电话会议
附件清单(如有)	投资者活动记录
日期	2016 年 8 月 29 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8月29日

投资者参与人：

王立平	申万宏源
王一博	申万宏源
张春	上海承周资产
杨春燕	东方证券
王优红	东方证券
刘琨	中信证券
林如洁	中信证券
金媛媛	中欧基金
于跃	中金公司
曹艳	中金公司
卢贺伟	乾元泰和私募
杨宝峰	乾瞻资产
刘翔宇	从容投资
amy wen	元大投资信托
石晨光	光大控股
罗晓晴	光大资管
**CDRP1	全时
应晋帅	兴业基金
冯安民	农银人寿保险
王俊涛	冠俊资产
陈建军	创金合信基金
郑佳林	北京汉和资本
薛靖	华泰资产管理
林德韩	华福基金
武杨	国美金融
吕茂林	安邦保险
吴江	富国基金
沈聪	尚诚资产
林梦	工银瑞信基金
章琪	幂次投资
郭鹏	平安证券

黄咏	广州市圆石投资
于龙	弘尚资产
张文婷	德邦证券
李思君	德邦证券
刘怡君	招商证券
韩音	政享投资
蒋京杰	星石投资
程威	普尔投资
陈江	景泰利丰投资
徐文广	正享投资
江茵	泓德基金
王萌萌	泓澄投资
葛越	浙商证券
边肖男	润晖投资
杜鹃	淡水泉投资
刘健忠	源乘投资
Raymond ing	瑞士信贷
王婷	瑞士信贷
胡昀昀	瑞银基金
陆烨	立格资本
Eaniel lin	统一投信基金
叶非凡	美林证券
温震宇	腾业资本
邱晓慧	英蓝资产
李天凝	融通基金管理有限公司
徐磊	诚盛投资
张富生	金娱资产
李波	银华基金
王申	银湖资产
温淑涵	高盛资产
王克玉	鸿德基金
董一平	鹏华基金
张俊华	麦格理证券

以上名单由会务组提供

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：参加申万宏源举办的电话会议

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上半年业绩情况：

随着中国经济增长速度放缓及增长方式调整，中国服饰行业发展的长期趋势仍旧持续：伴随着人民收入的增长，中国服饰消费保持持续增长，正在成为全球最大、增长最快的服饰消费市场，但服饰行业的优胜劣汰现象进一步显现，大众化业务集中化，中高端业务细分化更加明显；消费升级和消费细分的特征更加突出，消费需求的变化更加明显，服装行业各细分市场洗牌加剧，服饰行业已经从机会导向变成现在的能力导向，从渠道驱动变成产品驱动，从追求速度变成追求质量；随着互联网生活方式的发展，线上消费占比不断提升，线上线下相互融合的 O2O 运营模式成为服饰企业的必然选择；国际品牌在中国市场的发展正在从一线城市向二三线城市下沉，本土品牌面临中国消费持续增长的发展机遇，也面临消费快速变化、零售渠道变迁、互联网消费崛起、全球化竞争加剧等挑战。

2016 年上半年，国内天气表现异常，多地的持续的暴雨和内涝、部分地区的连续异常高温，对公司的线下业务产生一定程度的不利影响。公司通过对内外部改革，调整组织结构，整合上下游供应链资源，提升供应链运营能力，加大互联网资源投入，推动线上线下业务融合等措施，克服了不利因素，实现营业收入和利润的双增长。

2016 年上半年，公司实现营业收入 38.79 亿元，较上年同期增长 15.13%；实现营业利润 6.58 亿元，同比增长 16.78%；实现归属上市公司股东的净利润 5.13 亿元，同比增长 21.29%。截至 2016 年 6 月 30 日，公司总资产为 110.62 亿元，归属于母公司所有者的净资产 90.58 亿元。

具体表现上，森马品牌表现稳定，处于内部调整阶段，表现为改善性增长的状态；巴拉巴拉作为儿童服装第一品牌，立足于儿童行业增长较快的行情，且具有行业集中化的优势，其收入增长较快；互联网行业依旧快速发展，终端零售额达 12 亿元，比去年同期增长 82%，且线上消费持续增加。

随后进入问答环节，具体内容如下：

Q1：渠道。

A：原有街边店，百货，传统店铺在不同城市表现不同，但趋势是购物中心板块的比例提升。森马和巴拉巴拉品牌有一定的历史，过去主要是集中在专卖店，

近几年，现在向购物中心渠道集中。线下的店铺也随着商圈的变化，人流的变化，不断调整位置和结构。我们从发展的需要来看，店铺面积需要提升，小型店铺需要关闭，店铺面积和数量处于一个动态调整的过程，这样的话，我们店铺的一些变化就不具有可比性。今年上半年，森马、巴拉巴拉和新品牌的店铺面积均有增长，其中巴拉巴拉的店铺面积增长最快。下半年，渠道面积可能增长更多一些。

Q2: 存货情况。

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；四是老品的减值准备计提减少，因为电商处理库存的能力较强，原来的计提的减值准备是针对线下代理商折扣计提的，折扣率较低，而电商的折扣率较高，且老品多是通过线上出售的，毛利率提升，故减值准备下降。

Q3: 上半年的仓储费用增长较大，且新建三个园区，这出于什么考虑？

A: 销售费用增长主要是电商的扩张和物流费用，三个园区的建立，其中嘉兴物流港区主要的目的是配套未来电商的发展，他的地理位置非常合适，且有当地政府大力支持。温州园区主要是针对 balabala 童装，它原来的仓储和配套设施不足。杭州电商园区是从研发设计角度考虑，是为了解决办公设施，技术设施，研发设施，且是未来电商发展的孵化器。

Q4: 森马未来股东的变化情况如何。

A: 随着深港通的推进，国外投资人也希望我们的股权结构有所变化，公司董事会也在考虑，从长期来看，股东多元化，引进行业战略投资，对公司未来发展有帮助，这是我们考虑的，也不排除未来做项目时用一些方法来实现股权结构的改变。

Q5: 人才培养。

A: 关于管理团队，这几年来，最大的变化是就电商，电商超过九百人，在杭州，多数是从外面引进的新人，这是最近几年的最大变化。另外，在童装团队，我们培养了儿童服饰业务最优秀的团队，形成了坚实的竞争力。成人装这方

面，在形式上没有大的变化，但是，组织架构，部门功能，都发生了较大变化，在新形势下，能带动品牌走出恢复增长的路线，成绩也比较明显。未来，公司通过实施股权激励，引入合伙人机制，来形成完善的人才培养模式。

Q6: 订货模式。

A: 之前是期货订货模式，现在希望更多现货模式。在童装方面，客户更多追求健康环保和性价比，对服装品类的时尚度要求相对不高，主要是注重安全性的品质，公司继续沿用原来的期货模式。在休闲服方面，变化最大的是森马品牌不断增加现货比重的模式转变，同时，进行供应链体系的变革，对渠道进行扩展调整，对品牌加大推广。