

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：2016-9

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	10：00-11：00
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）、宗惠春（证券事务代表）
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 9 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9月1日

投资者参与人：

黄冰	国信证券
洪玉婷	群益证券
吴维	野村投信
李宗谕	国泰投信
林骥川	银河证券
陈爱萍	银河证券
周密	西部证券
周寄托	个人投资者

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）、宗惠春（证券事务代表）

记录员：张澄思

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：

公司主营业务为森马品牌休闲装和巴拉巴拉品牌童装。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。

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。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。

巴拉巴拉品牌已占据童装市场绝对优势, 连续多年国内市场第一。作为中国国内童装第一品牌, 巴拉巴拉目前保持外延扩张的发展形势。随着中国购物中心的兴起, 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、时尚的服装。

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。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。

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: 订货模式。

A: 森马是面向年轻人的产品, 过去以期货制为主。期货制在森马品牌之前发展过程中也是成功的模式。随着消费者时尚度的提升和快速变化, 部分短周期、时尚的产品更能满足消费者的需求。经过过去几年的调整与变革, 公司通过供应链的改革提高产品品质、性价比; 通过建立买手型为主的设计师研发体系, 聘请国外设计师团队, 加强公司对全球时尚的跟踪; 通过第三方互联网平台进行存货处理, 不影响代理商的现金流及下季产品的销售; 通过加强订货、上货等环节把控, 增强公司统筹管理的能力; 通过扩大店铺面积进行店铺升级, 并在新的购物中心开设新店。为推出现货制做好铺垫。今后, 公司继续沿用原来的期货模式下,

将部分产品转化为短周期的现货产品，提高产品时尚度，加快产品流动性，更好地满足消费者使用需求。

Q2: 巴拉巴拉未来发展

A: 巴拉巴拉品牌已占据童装市场绝对优势，连续多年国内市场第一。儿童产品相较于时尚产品而言更注重安全、健康、性价比。与其他竞争品牌相比，无论从产品广泛度、品类、性价比和采购量等巴拉巴拉品牌都处于领先地位。巴拉巴拉目前保持外延扩张的发展形势，快速发展的状态。目前国内儿童服饰发展空间仍巨大，随着二孩政策的放开及新一轮婴儿潮的出现，部分成人服饰品牌都开设了童装产品线与巴拉巴拉品牌进行竞争。未来，进一步发展儿童产品、用品，提升供应链、提高效率、满足消费者需求，提高产品性价比及通过互联网为消费者提供便捷的产品采购方式将是巴拉巴拉品牌未来发展方向。

Q3: 开店计划

A: 公司的开店计划需配合市场形势和公司业务形式进行制定。过去 10 年，森马品牌和巴拉巴拉品牌处于外延扩张阶段，现在布局已涉及到全国各个地方。目前公司开店节奏有所放缓，近年来公司店铺数量和面积稳定增长。

Q4: 电商

A: 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。在电商业务运行之初对过季产品进行销售，性价比较高加之消费者对品牌了解，迅速在网络上积累了长期稳定客户。目前新品占电商销售的比重越来越高。

近期公司已披露了建立三个新的物流产业园区的信息，其中嘉兴建物流港区主要的目的是配套未来电商的发展，它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。

Q5: 跨境电商

公司已与韩国 ISE 公司成立合资公司，已推出跨境电商 APP——Wconcept。在 Wconcept 能购买到韩国时尚产品。

Q6: 股东回报

A: 公司在 2012 年 8 月及 2015 年 8 月发布了《森马服饰：2012 年—2014 年股东回报规划》及《森马服饰：2015 年—2017 年股东回报规划》，其中明确了“本公司坚持现金分红为主，重视对社会公众股东的合理投资回报，以可持续发展和维护股东权益为宗旨，保持利润分配政策的连续性与稳定性，并符合法律、法规、规章制度等的相关规定。” 公司自 2011 年上市以来，5 年累计派发现金红利 33.53 亿元，超过同期利润 60%。