

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：2016-12

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	9：00-10：00
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 11 月 8 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11月8日

投资者参与人：

Ryan Yin	Tiger Pacific Capital L.P.
魏颖	Nezu Asia Capital Management, LLC
James White	Colonial First State
程文伟	瑞士信贷（香港）有限公司
尹贺	瑞士信贷（香港）有限公司
Kevin Yin	CS
Qing Chang	Burgundy Asset Management
Michael Shan	Credit Suisse
Michiol Roberge	Arfisen Partners

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：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业务情况：

公司目前主要运营森马品牌休闲装、巴拉巴拉品牌童装，以及面向中高端市场的It Michaa女装，minette女装、Maro 0' Polo 高端休闲装，儿童服饰品牌马卡乐、梦多多。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。森马品牌休闲装也位列中国本土休闲装品牌第一位。目前公司总市值约300亿元，是中国服装类上市中市值领先的企业。2016年1-9月，公司实现营业

收入 71.23 亿元,较上年同期增长 15.74%;实现归属上市公司股东的净利润 10.02 亿元,同比增长 20.89%。截至 2016 年 9 月 30 日,公司总资产为 119.36 亿元,归属于母公司所有者的净资产 95.43 亿元。

公司所处的中国服装行业仍保持每年增长的态势,服装消费也同时在不断增长,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发展机会。在现有领先优势的基础上,公司发展的空间巨大。

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: 未来公司增长的动力

A: 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,市场表现出渠道多元化、互联网崛起、全球跨国品牌在中国进一步发展、行业供应链变化及成本上升等特征。中国服装消费市场成为供应量过大、充分竞争的市场。在行业充分竞争的过程中,未来中国服装行业呈现大众化业务集中化、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。在大众休闲品类中市场集中度不断提升,中小品牌逐步退出,给森马品牌持续发展带来机会。同时,公司还将继续通过互联网的方式,推动线上线下协同发展,扩大销售规模,提高市场份额。随着服装市场的不断成熟、公司发展策略日益清晰、运营能力不断提升,公司还希望通过投资并购的方式,扩大业务规模,加快增长速度。

Q2: 并购方向

A: 公司目前已拥有约 8000 家店铺,线上活跃用户超过 1000 万,具有广泛的用户及渠道优势。公司希望对未来在国内可能产生较大市场、适合大众化人群的大众化业务进行投资、并购。

Q3: 韩国跨境电商

A、公司目前已运营 Wconcept 的跨境电商平台,但规模还较小。Wconcept 平台主要把韩国小众的设计师品牌引入国内。

Q4: 线上业务中新品占比

A: 公司电商业务继续保持高速增长, 同比增长约 90%, 电商业务占总销售比重逐级提升, 目前线上业务新品占比约 50%左右。未来公司将继续整合供应链, 加大线上新品规模及业务范围, 推出优质、高性价比的产品, 满足消费者个性化、差异化、多元化的需求。今年, 公司已经推出了初纺、Gson、原点等多个互联网品牌。近期, 公司在电商领域推出时尚合伙人计划, 已签约两位时尚合伙人。公司将利用现有的流量、设计、供应链等方面的优势与时尚合伙人的个性化的粉丝运营能力相对接, 将森马电商业务打造成集聚内容、产品、品牌的平台。未来公司电商业务将保持高速增长。

Q5: 直营店铺占比

A: 直营店铺占比约占店铺总数的 5%, 主要分布在一二线城市核心商圈。

Q6: 公司给予支持代理商的方式

A: 公司给予优质的代理商一定的流动资金贷款, 公司选择代理商给予授信主要考虑以下几个方面, 一、经营健康, 销售有增长, 能够双方合作比较好的大客户; 二、在开发新销售区域时, 会给予代理商一些新的支持; 三、在竞争激烈的区域, 需要对代理商进行支持。

Q7: 童装业务的竞争品牌

A: 国际品牌的童装业务和传统体育品牌的童装业务会对童装业务某一系列产品线产生一些影响。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、时尚的服饰产品。