

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：2017-01

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, 14:00-15:00
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	2017 年 1 月 13 日

附件

浙江森马服饰股份有限公司 投资者活动记录

时间：2017年1月13日

投资者参与人：

林骥川	中国银河证券股份有限公司
杨春燕	东方证券股份有限公司
赵越峰	东方证券股份有限公司
施红梅	东方证券股份有限公司
胡晓慧	国元证券股份有限公司
包丽华	兴证证券资产管理有限公司
刘欢	兴证证券资产管理有限公司
张富绅	上海金舆资产管理有限公司
徐泯穗	承珞资本
胡骞	千赐资本
汲肖飞	光大证券股份有限公司
董一平	鹏华基金管理有限公司
王立平	上海申万宏源研究所有限公司
唐宋媛	上海申万宏源研究所有限公司
付强	永安财险保险股份有限公司
王汉超	易方达基金管理有限公司
王雅杰	前海德润资本管理（深圳）有限公司
袁野	远东国际租赁有限公司
马榕	海通证券股份有限公司
唐苓	海通证券股份有限公司

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向参会者简单介绍了公司情况，回答了投资者提问，具体内容如下：

Q1: 公司股东拟减持原因？

A: 大股东持股比例较高，占 80%以上，除此以外，其他股东结构以社保和 QFII 资金为主，占据流通股的 70%，股票流动性偏低，以长期投资为目的的股东没有机会买入；综合考虑各方面原因考虑选择战略投资人进入，主要还是看引入投资者的未来合作机会，大股东没有资金方面的压力，不是为了套现目的，减持资金还是为了长期公司的发展方向，是为了发展公司相关的项目为主，未来更多的是要考虑到公司的长期发展。

Q2: 减持时点的考虑有哪些方面？

A: 公司每年分红的现金较高，未来也是会保持较高比例的分红。大股东资本实力也比较强，这个时点减持，对于进一步引进国内外长期投资者，以及公司的发展也是有益的。以大宗交易的方式引进战略投资者，对二级市场的影响也不大。

Q3: 后续还会有别的动作？

A: 半年之内减持不会超过 4.8246%这个区间；控股股东会根据市场情况和股价情况，和投资人意向情况，在范围内进行评估和选择。

Q4: 大股东投资项目储备？

A: 大股东森马集团对儿童产业都是在做布局。去年 11 月和上海协和教育集团合作在温州建设了中国一流的国际学校，从幼儿园到高中，是一个当地标杆性的项目。还有森马集团在温州运营的梦多多小镇，虽然开业不久，但是运营的效果不错的，现在看起来这些案例较为成功。另外也把前期投资的天才宝贝等早教业务也划入集团一并运作。森马集团在布局及发展儿童相关产业。

Q5: 这两年集团除了教育还有什么别的产业吗？

A: 比较大的板块包括万象城, 华润集团和公司合作的商业地产体系。温州万象城开业以后, 被誉为全国万象城排名前列的高端购物中心。

Q6: 四季度服装行业和公司表现如何?

A: 服装整体行业需求不会下滑, 公司面对年轻人的休闲以及儿童市场肯定会有增长, 这两个板块都是在服装中占比比较高的市场, 而且在未来的相当长的时间内增速都会超过服装市场整体增速。行业的集中度正在提升, 公司有信心能够保持中国休闲装和童装市场领先地位。

Q7: 16 年公司线上经营情况是什么样的?

A: 消费者在线上活跃度更高, 公司互联网板块的快速发展也反映出这个趋势, 公司的互联网销量增速每年超过 80%。森马和巴拉凭借品牌、客户及产品优势, 使得第三方平台给与公司较大的支持。公司占据了互联网上的品类入口, 公司在淘宝等第三方平台的费用相对较低, 使得公司休闲装童装在线上的优势更大。

Q8: 16 年存货的提升主要原因是什么?

A: 这几年, 线上业务快速发展, 由于线上业务为公司直营业务, 这一经营模式的改变使得报表和过去的可比性下降, 同时, 公司加大代理商退货比例, 将过季产品回收后在线上销售, 因此公司的存货上升。公司今年冬季动销很好, 不认为整体存货在上升, 整体情况是比往年好的。

Q9: 公司在 17 年线上和线下的发展前景是什么样的?

A: 线上来说, 公司 17 年线上业务还是会获得快速增长。公司在线上已经形成流量优势, 特别是公司随着互联网新品的增加和网红合作等方式的结合, 效率会进一步提升。另外可以确定的是公司并没有看到童装遇到很明显的竞争, 使得童装还是能保持比较快的增长。就线下而言, 巴拉店铺还是以街边店、商超和百货为主, 但现在已经有了约 700 家购物中心店, 已经成为购物中心标配, 正在扩大购物中心业态布局。这一轮线下业态的发展, 会加快对服装行业品牌集中度的提升。由于购物中心是高度同质化, 因此巴拉在购物中心的推广是很快的, 不会受地方性的品牌的影响。森马的产品力正在提升, 正在布局购物中心业态, 未来还是需要通过产品提升占据线下流量入口位置。2017 年公司线下业务也将保持增长。

Q10: 16 年电商增速多少? 线上各种渠道的占比情况如何?

A: 目前约有 80%的增速, 森马和巴拉巴拉线上线下销售比例比较接近。线上渠道约 50%在天猫, 约 30%在唯品会, 剩下是京东等平台。

Q11: 公司整体 SKU 线上线下区分吗? 新品实际成交的折扣是多少?

A: 线上的产品 50%是过季产品, 同一款产品线上线下出现的时点不一样, 过季产品基本是成本价, 但有利于流量增加。另外 50%新品包括森马、巴拉巴拉网上专供品、互联网品牌及与网红合作的品牌, 毛利率和线下差不多。

Q12: 三季度销售费用了一个多亿, 主要是什么原因?

A: 直营比例提升和薪酬比例增加是主要原因。并且店铺向购物中心转换, 销售费用也会增加。

Q13: 公司在资本运作上有没有什么新进展?

A: 公司一直能够接触到很多项目, 目前还没有确定项目。公司希望对方的产品有比较大的市场空间, 比较强的产品能力, 能够利用公司的客户、渠道及流量优势, 促进公司业务规模及范围的增长。