

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：2017-07

| | |
|---------------|--|
| 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 | 15:00-16:00 |
| 地点 | 上海闵行区莲花南路 2689 号 |
| 上市公司接待人员姓名 | 宗惠春（董事会秘书、总经理助理） |
| 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 10 月 31 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10月31日

投资者参与人：

| | |
|-----|----------------|
| 施玫琳 | 上海璟行资产管理有限公司 |
| 薛缘 | 中信证券股份有限公司 |
| 郑一鸣 | 中信证券股份有限公司 |
| 徐文广 | 上海正享投资管理有限公司 |
| 赵越峰 | 东方证券股份有限公司 |
| 张维益 | 东方证券股份有限公司 |
| 施政 | 上海晓著投资有限公司 |
| 谈芳兵 | 上海晓著投资有限公司 |
| 张萌 | 广发证券发展研究中心 |
| 陈婷婷 | 广发证券发展研究中心 |
| 蒋亦凡 | 国泰君安证券研究所 |
| 郭彬 | 国泰君安证券股份有限公司 |
| 陈翰 | 东吴证券股份有限公司研究所 |
| 黄垲锐 | 新活力资本投资有限公司 |
| 汤培青 | 华泰证券 |
| 卢骁峰 | 中银国际证券有限责任公司 |
| 赵淳艺 | 中银国际证券有限责任公司 |
| 陈晓伟 | 上海吉渊投资管理有限公司 |
| 解睿 | 深圳前海汇杰达理资本有限公司 |
| 梁伟 | 苏州龙远投资管理有限公司 |

| | |
|-----|------------------|
| 唐宋媛 | 上海申万宏源研究所有限公司 |
| 徐颖婷 | 圆信永丰基金管理有限公司 |
| 胡晨 | 德邦物流股份有限公司投资发展部 |
| 孙洪剑 | 德邦物流股份有限公司投资发展部 |
| 王雅杰 | 前海德润资本管理（深圳）有限公司 |
| 姜诚 | 齐鲁证券（上海）资产管理有限公司 |
| 马榕 | 海通证券股份有限公司 |
| 李婕 | 光大证券 |

活动地点：上海闵行区莲花南路 2689 号

接待人：宗惠春（董事会秘书、总经理助理）

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：

公司董事会秘书宗惠春先生向参会者简单介绍了公司情况。

森马服饰创建于 2002 年，是一家以虚拟经营为特色，以休闲服饰、儿童服饰为主导产品的企业集团，旗下拥有以森马品牌为代表的成人休闲服饰和以巴拉巴拉品牌为代表的儿童服饰两大品牌集群。森马品牌创立于 1996 年，定位年轻、时尚、活力、高性价比的大众休闲服饰，产品主要面向 16-30 岁追求时尚、潮流的年轻人。巴拉巴拉品牌于 2002 年创立，倡导专业、时尚、活力，面向 0-14 岁儿童消费群体，产品定位在中等收入水平以及小康之家。经过多年的快速发展，森马品牌已位居本土休闲装品牌龙头地位，巴拉巴拉品牌占据童装市场绝对优势，连续多年国内市场第一。

公司坚持围绕服饰主业，促进公司多品牌战略的实施与发展，形成以森马品牌和巴拉巴拉品牌为核心的多品牌共同发展的格局。公司创立了 minette 品牌女装，在电商平台上运营了哥来买等品牌，合资运营了韩国女装品牌 it Michaa，代理了德国高端休闲装品牌 Marc O' Polo，运营面向 0-7 岁婴童的马卡乐品牌，注重儿童潮流配搭的梦多多品牌等。

公司从 2012 年起开始运营公司电商业务。过去几年公司电商业务发展迅猛，在相关的电商平台上，无论是成人装还是童装在细分市场排名均名列前茅。

2017年1-9月，公司实现营业收入80.52亿元，较上年同期增长12.89%；实现归属上市公司股东的净利润10.12亿元，同比增长1.01%。公司利润增幅收窄，预计全年净利润变动幅度为-30%至0%，业绩变动主要原因包括：1、本年加大研发投入、提升人员薪酬，以及电商业务发展导致费用增加较大；2、下半年以来公司加大了对加盟商的支持力度，以及存货增加相应计提资产减值损失增加。

随前公司各项改革措施的落地与完成，未来，公司业务基础将更加巩固和健康，公司全体干部职工正满怀信心迎接新轮的发展。

随后，董秘回答了投资者提问，具体内容如下：

Q1： 线上、线下渠道收入情况

A：2017年1-9月，公司实现营业收入80.52亿元，较上年同期增长12.89%；森马和巴拉巴拉两大品牌集群营业收入约各占总营业收入一半。公司休闲装业务实现个位数增长、童装业务保持20%以上增长，公司电商业务继续保持高速增长，同比增长约50%。

公司儿童业务在二胎政策、儿童消费持续增长等因素的支持下，继续保持超过20%以上的增长。儿童业务在品牌、市场地位、产品能力、人才队伍、渠道、供应链等方面都处于行业领先地位，已成为具有全球竞争力的儿童品牌。近期，很多服饰品牌纷纷设立了童装子品牌，从另一个侧面反映了童装市场发展较快，同时，儿童服饰业务市场竞争也必将逐步加剧。随着公司业务规模的扩大，供应链管理优势提升，产品和品类不断拓宽，研发投入加大，品牌运营加强等各项工作的深化，公司儿童业务将继续保持竞争优势，未来，公司力求持续巩固巴拉巴拉品牌的市场地位，持续扩大竞争优势。

在休闲装行业竞争加剧的背景下，公司改革和调整休闲装业务，通过关闭盈利能力较差的店铺；调整组织结构，引进优秀人才，优化人员配置；以提升产品为核心，加大研发投入；改善供应链体系，加大与优质供应商的合作，形成了以几十家上市公司为核心的由几百家稳定合作关系的供应商构成的全新供应链资源体系，提升了供应链的质量和能力；优化渠道布局，发展购物中心和电子商务新兴渠道，形成以专卖店、购物中心店铺、电商渠道全渠道新格局；经营模式从期货批发向现货零售转型，提高产品时尚度，加快产品流动性，更好地满足消费者需求，提高产品的竞争能力。

公司电商业务继续保持高速增长，随着电商业务占总销售比重逐级提升，公司直营业务占比上升较快。

Q2: 预判今年全年净利润增长幅度为-30%至 0%的依据

A: 业绩变化的原因主要是本年度公司加大了研发投入、提升人员薪酬，以及电商业务发展导致费用增加较大；还有公司下半年以来积极消化存货，预计存货增加将导致相应计提资产减值损失增加。

Q3: 加盟商尾货的处理，是否会带来边际亏损？

A: 库存里面的产品经过计提，当售价高于残值时，公司有利润；当售价低于残值时，销售没有利润。打折力度大小直接影响报告期的毛利率。当库存增高时，清库存力度会加大，打折销售的力度一般也会加大，毛利率会下降。相反，当库存水平较低时，销售打折力度会较小，正价销售占比增加，毛利率会上升。

公司追求在毛利率水平保持平稳的情况下，持续发展壮大业务规模，扩大产品的市场占有率，取得更好的经营业绩。

Q4: 线上业务费用

A: 目前国内电商平台资源相对集中，网络流量成本越来越高。线上线下业务成本从长来看有趋同的趋势，这个过程正在进行中。普通的电商经营者在流量获取方面，往往处于弱势。公司电商品牌发展健康良好，品牌具有自带流量的优势，但同样面临着流量成本加高这样的大环境，电商业务的经营和决策必须考虑电商平台业态环境的变化及影响。公司电商业务规模的快速扩大，也导致了电商费用的增加。

Q5: 毛利率环比逐季下降的原因

A: 造成毛利率环比下降的原因是多方面的，电商毛利率与公司整体毛利率相比较低。假设其他条件不变，电商占比提升会导致公司整体毛利率水平下降。长期来看，比如，我们考察公司 20 年的发展，毛利率还是相对稳定的，短暂的逐季环比下降属于毛利率的短期波动。

Q5: 线上渠道新品占比情况

A: 目前，公司在线上销售新品和过季产品的比例约各占一半。

Q6: 直营业务占比会继续提升吗？

A: 随着公司购物中心渠道及电商业务的发展及占比上升, 短期内直营业务占比还会继续上升。

Q7: 加盟商的退货政策

A: (1) 订货环节。加盟商在订货的时候会看到每一款产品的退货比例, 清楚地知道该产品相关的商务政策, 其根据自身的经营经验自主判断决策订货数额, 这是一个充分市场化的过程。(2) 销售环节, 公司根据市场销售情况, 指导加盟商实施适当的销售策略, 对退货政策适时做出相应的微调。如果出现全行业销售不畅, 库存水平普遍偏高的情况, 公司将会承担更多的库存责任, 提高退货比例, 减轻加盟商库存压力。(3) 公司实行电商业务直营管理, 通过直营电商平台, 统筹管理过季存货的销售。在存货管理等诸多方面, 公司历来都视加盟商为公司业务整体的一部分, 不论是公司存货还是加盟商的存货, 公司都给予同样的重视, 这是森马企业“小河有水大河满”“和谐共赢”文化的真实写照。

Q8: 库存增加原因

A: 公司库存增加, 主要原因如下: 公司主营业务增长带来的备货的增加; 电商业务为公司直营业务, 电商业务的高速增长, 其备货增长较快, 直接体现为公司库存, 是公司库存增加的主要原因; 公司新品牌、新业务的开展也带来存货的增加。

Q9: 渠道调整的情况?

答: 公司已形成包括专卖店、购物中心、百货商场、电商渠道全渠道销售新格局; 此前, 关闭盈利能力较差的专卖店工作已近尾声, 大力开拓购物中心店取得明显成效, 电商发展已步入较高水平, 公司渠道结构较为合理, 能够满足和适应当前业务发展的需要。

Q10: 购物中心渠道情况?

A: 公司坚定拓展购物中心渠道, 童装已有近千家购物中心店, 这些店铺正在为公司利润做出重大贡献。成人装目前也有几百家购物中心店, 其中大多数开业在 1-2 年的时间, 还在初步的培育期, 发展形势良好。购物中心店铺坪效要求高, 对产品的差异化、个性化要求高, 成本费用也较高, 店铺盈利能力的形成与提升需有一个过程。公司为开拓购物中心店, 用时几年做了充分的准备, 我们不仅要“进得去”, 还要“站得牢”, 更要“发展好”。

Q11: 与加盟商的结算方式

A: 公司基本原则是先打款后发货。对于盈利能力强，信用好，符合公司业务标准的加盟商，公司会给予一定的资金支持，从三季报看，公司向授信加盟商收取的资金占用费约二千七百万。

Q12: 公司订货会情况

A: 森马品牌每年四次订货会加四次网络订货会，巴拉巴拉品牌每年召开四次订货会。森马品牌网络订货会主要是新品，也就是我们所说的快反产品，也有部分补货。