

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：2018-06

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	10:00-11:30
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） 范亚杰（证券部部长、证券事务代表）
投资者关系活动主要内容介绍	投资者接待活动
附件清单（如有）	投资者活动记录
日期	2018 年 7 月 5 日

附件

浙江森马服饰股份有限公司 投资者活动记录

时间：2018年7月5日

投资者参与人：

于旭辉	长江证券股份有限公司
李俐璇	长江证券股份有限公司
马文婷	前海开源基金管理有限公司
张诗悦	兴业基金管理有限公司
陈静	上海盘京投资管理中心
李昀奥	易鑫安资产管理有限公司
麻锦涛	中国人寿资产管理有限公司
杨念晨	歌斐资产管理有限公司
张萍	银华基金管理股份有限公司
韩天鸿	银华基金管理股份有限公司
杨肇宁	东方证券股份有限公司
宋洋	金元顺安基金管理有限公司
杨雷	中银基金管理有限公司

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）

范亚杰（证券部部长、证券事务代表）

记录员：谢俊

活动内容：投资者接待活动

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，主要运营以森马品牌休闲装为代表的成人服饰业务，以及以巴拉巴拉品牌为代表的儿童服饰业务。森马品牌创立于1996年，产品定位是为消费者提供年轻、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。巴拉巴拉品牌创立于2002年，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，巴拉巴拉品牌连续多年位居国内市场第一。

公司2017年年报和2018年一季报详细介绍了公司的业务发展情况和经营成果，今天，我们结合经营工作实践来分析定期报告，期望能够基于对公司基础业务的理解，构建对公司未来中长期发展的看法和观点。

首先，我们来看一下公司2017年年报、2018年一季报的主要数据：

一、公司2017年年报

- 1、营业收入120.26亿元，同比上年106.67亿元，增长12.74%；
- 2、净利润11.38亿元，同比上年14.27亿元，下降20.23%。

二、公司2018年一季报

- 1、营业收入25.12亿元，同比上年20.67亿元，增长21.57%；
- 2、净利润3.12亿元，同比上年2.52亿元，增长23.88%。

从营业收入数据看，公司营收增长明显提速，从年报到季报，营收增长率从12.74%提升到21.57%，提升了8.83个百分点，增速提高主要得益于，一是巴拉巴拉儿童服饰业务平稳、健康、高增长，二是森马休闲装业务营收增长提速明显，实现了正向的较高增长，促进了公司整体营收增速提升。营收加速增长说明公司产品适销，产品竞争力增强。

从利润数据看，公司2017年净利润出现下滑，主要原因是期间费用增长较快，2018年一季报净利润同比增长达23.88%，在营收增长加速的背景下，说明公司产品的盈利能力始终较强，利润率出现了恢复性的增长。

三、存货情况

针对投资者普遍关心的公司存货情况，公司董秘宗总继续与大家交流分享，主要内容如下：

公司报表存货和加盟商库存历来都是公司业务的重点关注内容，公司始终把二者视同公司自身的业务和工作来处理。在此，我们结合年报、季报数据就存货

情况与大家分享我们的看法和观点，公司存货健康度持续提升，有利于未来业务的持续、快速、健康发展。

1、2017 年年报存货为 23.84 亿元，上年同期为 22.03 亿元，增加 1.81 亿元，同比增长 8.22%，低于同期营收增长 12.74%，敞口为 4.52 个百分点。

2、2018 年一季报存货为 24.44 亿元，上年同期为 22.81 亿元，增加 1.63 亿元，同比增涨 7.15%，远低于同期营收增长 21.57%，敞口达 14.42 个百分点。

从年报到季报，营收增长率与存货增长率间的敞口进一步扩大，由 4.52 个百分点，扩大至 14.42 个百分点，说明存货周转率提升，营运效率提升，库存压力逐期减轻，库存健康度得以提升。考虑到直营比重逐年提高，对存货结构及其规模的影响，目前，公司的存货水平较过去有进一步改善。对这一判断，从现金流和应收账款的改善同样可以得到验证。

四、现金流及应收账款

1、现金流

(1) 2017 年年报经营性现金流 21.91 亿元，比上年同期 8.57 亿元，增加 13.34 亿元，同比增长 155.66%；

(2) 2018 年一季报经营性现金流 3.77 亿元，比上年同期-4200 万元，增加 4.19 亿元。

公司现金流持续改善，2017 年年报现金流同比增长达 155.66%，2018 年一季报同比由负转正，增加数值超 4 亿元。现金流的改善得益于公司线下直营和电子商务的零售业务快速发展，同时，公司货款回收及时，说明加盟商付款能力增强，全渠道零售体系的构建发挥了积极作用，特别是加盟渠道的零售向好，巩固增强了加盟商向公司支付采购货款的能力。

2、应收账款

(1) 2017 年年报应收账款 14.22 亿元，比上年同期 19.44 亿元，减少 5.22 亿元，同比下降 26.85%；

(2) 2018 年一季报应收账款 11.03 亿元，比上年同期 13.37 亿元，减少 2.34 亿元，同比下降 17.50%；比年报披露的应收账款金额 14.22 亿元，减少 3.19 亿元，环比下降 22.43%。

公司应收账款持续减少，2017 年年报应收账款同比下降 26.85%，今年一季报应收账款同比上年同期和环比年报持续下降，说明加盟商系统现金流状况良好，回款及时。

公司年报和季报显示的现金流增长和应收账款下降，说明了公司全渠道零售体系建设达到了一个新阶段，特别是加盟商零售业务向好，资金状况改善明显，支付能力提高，实现了良好的现金流，支付货款能力增强，对资金占用需求减弱。公司整体零售渠道运营健康度提升，对未来订货增长提供了保障，也验证了渠道库存健康。

五、毛利率

投资者针对年报和季报披露的毛利率变动较大，向公司表示关注，公司董秘宗总就毛利率的情况，向投资者做了介绍和说明。

- 1、2017 年年报毛利率 35.77%，同比上年 38.61%，下降 2.84 个百分点；
- 2、2018 年一季报毛利率 39.09%，同比上年 42.09%，下降 3 个百分点，环比 2017 年年报提升了 3.32 个百分点。

2017 年，公司年报毛利率为 35.77%，处于相对较低水平，主要是受促销活动力度较大等因素影响。2018 年，一季报毛利率同比虽然下降 3 个百分点，但较 2017 年年报已提升 3.32 个百分点，说明公司毛利率在这一阶段处于恢复提升的过程，未来毛利率预期乐观，仍有持续提升的机会和空间。公司希望在保持毛利率稳定的基础上，与上下游等业务伙伴通力合作，践行和谐共赢文化，持续扩大销售规模，提升市场份额，实现更好经济效益。

从营收、利润、存货、现金流、应收账款、毛利率等多项财务指标进行研判，公司业务正在持续、稳定、健康发展。

六、电商

我们可以通过对电商业务结构的理解，来判断公司对存货的消化能力。公司 2017 年年报显示，电商主营业务收入 31.21 亿元，同比上年 22.27 亿元，增长 40.13%；公司电商业务仍处于高增长阶段，增速相对放缓。

公司电商业务自创立初期以消化库存为主，从无到有，从小到大，发展迅速，已成为公司业务增长的重要来源之一，为公司实现零售增长、培育新品牌，培育新项目做出突出贡献。随着业务的快速发展，消化库存已不再是电商的主要工作，去年，电商销售老品的份额已经小于一半，多于一半的业务是新品开发，电商专

供品牌与产品的销售。2017年年底公司存货 23.84 亿元，其中包括：1、直营系统的在售商品；2、待发新品；3、老品。老品占比有限，电商销售业务对老品的消化能力覆盖充分。公司重视发展电商业务，正在投资建设杭州电商产业园和嘉兴物流产业园，以促进电商业务实现跨越式发展。

目前，公司巴拉巴拉儿童服饰业务平稳、健康、高增长；电商板块继续保持较高增速；森马休闲装业务已形成快速恢复性增长的良好态势。良好发展局面的形成得益于近年来，公司以成人装引领的改革与创新，主要表现在供应链资源整合、渠道结构优化、产品研发投入加大、品牌运营能力提升以及管理创新、激励加强等诸多面。

供应链方面，公司一方面将供应商数量大幅减少，保留优质的供应商；另一方面，通过订单规模化，增强议价能力，有效控制成本，同时，吸更多更好的优质供应商成为合作伙伴；公司还通过科学化订单管理，加强采购下单的计划性，更好地对接上游优质供应链资源，保障公司产品货期、品质、性价比，增强产品竞争力。

在基础供应链资源整合成果基础上，公司进一步培育柔性供应链，提升快反产品占比，更好地适应和满足市场快速变化的需求。

订货模式方面，公司在供应链能力加强的基础上，订货模式从原来每年 4 次订货，发展成为 4+4 批次订货，即在原有订货模式基础上增加 4 次网上订货，同时，公司在直营系统和购物中心渠道系统尝试 12 批次配货，使得公司产品能够快速响应市场需要，贴近消费求，取得良好效果。

渠道方面，公司 2017 年年报披露的店铺总数为 8423 家，其中直营店 679 家，占比 8.06%。公司店铺以街边店和商超百货为主，近年来，重点发展购物中心和奥特莱斯等新型店铺，并取得显著成绩，儿童业务已有超过 1000 家泛购物中心类型渠道的店铺，成人装大约有 300 家购物中心类型店铺，合计约 1300 家购物中心型店铺约占线下渠道店铺总数的 15%。在电子商务方面，电商收入占公司营收 26%。公司已构建了包括专卖店、商超百货、购物中心、奥特莱斯及电商全渠道零售体系，能够更好地适应当下及未来市场发展的需要。

产品研发方面，公司近年来持续加大研发投入，从人员、设备、环境以及对外合作等多方面，提高公司产品设计研发能力，保持公司产品领先时尚、高性价比，具有较强的竞争力。2017 年，公司研发投入 3.53 亿元，较上年同期增长 29.71%，

对提升产品竞争力、促进公司销售增长发挥了积极作用。同时，公司通过规模经济实现成本控制，保持产品高性价比。

品牌运营方面，公司组织专业团队对新一代消费者展开研究，洞察新生代消费者诉求；开展会员访谈项目，了解核心消费者需求；开展消费者互动的品牌营销活动，进一步提升品牌影响力与消费者体验；通过加大一线城市的地铁广告宣传投放，打造品牌自有时尚活动“闪亮星童”以及参与国际时装周等各类时尚活动，扩大品牌曝光率和国际影响力，支持业务发展。

管理创新方面，公司近年来推行阿米巴经营管理，通过阿米巴的推行对组织进行变革，在机制优化、提升效率、强化赏罚、调动员工积极性、培养经营型人才方面取得良好的成绩，为公司近年来的战略改革和发展做出了突出的贡献。公司还通过合伙人机制，促进森马平台战略的实施与落地，已实施了多个合伙人项目，促进新品牌新业务的发展。

激励方面，公司今年推出了第二期限限制性股票激励计划和第一期员工持股计划，现已实施并披露。公司第二期限限制性股票激励计划未来三年营收和利润考核指标，营收复核增长 15%，净利润第一年即 2018 年增长 25%，其后两年年复合增长为 15%。未来，公司将持续创新激励方式，加大激励力度，充分调动全体员工的创新创业热情和工作积极性。

综上，公司通过整合供应链资、优化渠道结构、加大产品研发投入、提升品牌运营能力以及管理创新、加强激励等措施，提高产品竞争力，改善零售能力，实现了良好的经济效益。

七、投资与合作

公司围绕主业积极开展对外投资与合作，促进公司持续健康发展。公司上半年代理了北美最大全年龄段专业童装品牌 THE CHILDREN' S PLACE。公司正在收购法国 Kidiliz 集团，Kidiliz 集团旗下拥有 10 个自有童装品牌和 5 个授权品牌，具有从中端到高端品牌定位，该项目将促进森马国际化发展进程。公司设立合资公司，收购运营定位于 7-16 岁青少年服装品牌“COCOTREE”。另外，在 2018 年 6 月，公司巴拉巴拉品牌在香港的店铺已盛大开业。香港是重要的国际化城市，是公司走向国际化的前沿。上述业务和项目都在稳步推进和开展中，目前进展顺利。

近年来，公司根据市场发展变化，与时俱进，积极开展变革与创新，巩固增强核心竞争力。在消费升级、零售市场向好的背景下，公司将依托主业，努力经营，以良好的经济效益回报投资者。

感谢投资者对公司的关注与支持。