

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：2019-02

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	2019年1月22日上午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	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	2019年1月22日

附件

浙江森马服饰股份有限公司 投资者活动记录

时间：2019年1月22日上午10:00-11:00

投资者参与人：

杨莹	国盛证券有限责任公司
曾令仪	中泰证券股份有限公司
郑植安	马投咨询（北京）有限公司
房俊	上海合晟资产管理股份有限公司
刘家薇	国盛证券有限责任公司
问旋	富安达基金管理有限公司

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）

记录员：谢俊

活动内容：就公司业务、发展战略和分析师进行交流

公司董事会秘书宗惠春先生向投资者简要介绍了公司2017-2018年发展情况，及2018年第四季度的经营近况：

2018年森马的业务发展良好，前三季度营收和利润均实现20%以上的增长。2017年是公司改革的收官年，2018年是红利释放年，主要是得益于公司在供应链改革、加大研发投入、优化渠道布局、加强品牌营销、持续提升治理水平等方面的努力。

1) 供应链改革：

首先精简供应商数量，提升供应商的整体质量；其次，用规模化的订单匹配供应链端，增强公司的话语权，有效控制成本，使产品质量得到提升；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。

2) 研发投入:

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%,两个主品牌分别超过1亿多元,童装追求健康、环保、安全,成人装追求时尚、舒适。

3) 优化渠道:

重点发展购物中心、电商。巴拉巴拉已成为购物中心的强势品牌,森马品牌也可以顺利进入购物中心,巴拉巴拉购物中心门店1500多家,森马购物中心店400多家。截止2018上半年末,门店数量8864家,766家直营店。

森马电商从2012年底开始发展到2017年实现了突破30亿的营业收入,同比增长40%,实现平稳快速增长。电商当前去库存的比例逐渐降低,承担更多的培育新品牌、新品类和创业团队的任务。

4) 加强品牌营销:

公司曾经签约李敏镐、金秀贤、李钟硕、杨洋等当红流量明星作为公司代言人,独家赞助了杭州G20峰会志愿者服装、首届中国国际进口博览会志愿者服装等,森马休闲装参加纽约时装周,森马电商参加2018天猫双十一潮流盛典;巴拉巴拉童装开展闪亮星童活动,巴拉巴拉童装受邀参加2019SSKIDSWEAR的上海时装周童装发布活动。这些品牌运营活动,提升了公司品牌知名度、美誉度、促进公司零售业务实现增长。

5) 治理水平持续提升:

森马构建科学、开放、高效的高管团队,职业经理人团队逐步成熟,创新管理,实施员工持股计划、股权激励计划等激励措施,进一步巩固员工利益与公司利益的统一结合,有利于公司长期利益的实现。

2018年第四季度整体运营良好,零售端实现同比增长。增速表现上,下半年相较于上半年有所放缓,全年营收表现符合经营计划。在业绩方面,去年业绩基数相对较低,今年恢复性的增长,会实现较高的增速;营收增速表现良好,也会带来业绩的增长;2018年公司并购了法国童装项目,这个项目第四季度并表也会对公司营收和业绩产生影响。

Q1: 收购的Kidiliz项目运营情况如何?

2018年5月3日公司发布了《关于拟收购法国 SofizaSAS100%股权的公告》，公司拟与 InchiostroSA 签订《关于收购 Kidiliz 集团的最终约束性报价书》及其附件《股份购买协议》等文件，以现金方式约 1.1 亿欧元（约合人民币 8.44 亿元）收购 InchiostroSA 持有的 SofizaSAS100%股权及债权，进而达到收购 Kidiliz 集团全部资产的目的。并于 2018 年 10 月 1 日完成对外投资的交割。

SofizaSAS 拥有 Kidiliz 集团 100%股权，为 Kidiliz 集团唯一股东。Kidiliz 集团由 Josette 和 RogerZannier 于 1962 年在法国南部城市 Saint-Chamond 创立，并由创始人家族持有至今。经过 56 年的发展，Kidiliz 集团逐步发展成为欧洲中高端童装行业的领军企业，旗下拥有 10 个具有悠久历史和鲜明特点的自有童装品牌以及反映当下时尚潮流的 5 个授权业务品牌，提供从中端到高端定位，从新生儿到青少年，多年龄段差异化的产品选择。Kidiliz 集团总部设在法国巴黎，全球共有 8 家子公司，拥有 11000 个销售网点和 829 家门店，2017 年实现销售额 4.27 亿欧元。Kidiliz 集团在 6 个国家开设 11 个采购办公室，全面实施全球化采购。Kidiliz 集团旗下主要业务包括：Z 品牌业务（1983 年创立），Absorba 品牌业务（1949 年创立），Catmini 品牌业务（1972 年创立），Kidiliz 多品牌集合店业务（2015 年创立），授权品牌业务（主要包括 KenzoKids, Levi's Kids, PaulSmithJunior 等 5 个品牌），其他自有品牌批发业务和电商业务，在欧洲童装市场处于领先地位。

2019 年 1 月 9 日公司发布了《关于与 KIDILIZ GROUP 签订《中外合资经营合同》的公告》，森马服饰与 KIDILIZGROUP 签订《合资经营合同》，共同设立合资公司开心栗子(上海)有限公司，并由合资公司推广 KIDILIZGROUP 旗下品牌并销售其产品，发展相关业务。开心栗子（上海）有限公司注册资本为 3000 万元人民币，经营范围涉及服装服饰、鞋帽配件、化妆品、眼镜、家居用品的设计、销售、进出口、技术开发、技术转让和商务咨询。公司以现金出资 2100 万元，占合资公司注册资本的 70%。KIDILIZGROUP 以现金出资人民币 900 万元，占注册资本的 30%。成立合资公司的目的是把 Kidiliz 旗下合适中国市场的品牌逐步引入，将拥有从大众到高端定位的多元和丰富的儿童服饰品牌组合，公司儿童服饰产品矩阵得到进一步丰富，并由合资公司推广 KIDILIZGROUP 旗下品牌并销售其产品，公司将会发挥线上线下协同的作用，在渠道、供应链进行协同，设计风格

也会结合中国消费者的喜好做相应调整，面对国内童装市场的消费升级趋势和需求，凭借公司在中国市场优秀的运营能力，有助于实现推动其业务在国内市场的发展，更好对接中国动力。

Q2: 童装是否有海外扩张的计划？

A: 巴拉巴拉品牌童装在国内目前市占率第一，未来会进一步发展海外业务，推进国家化业务发展，学习海外优秀的品牌的同时将自己的品牌推向全球。目前已经成立贸易公司和国际业务部门来推进国际业务的发展，2018 年公司在香港成立巴拉巴拉子公司，已在香港开设两间巴拉巴拉品牌店铺，未来会进一步拓展零售业务，并借此观察香港市场的消费需求，总结经验，为发展国际业务做准备。

Q3: 19 年的品牌营销的力度有多大？

A: 公司将持续加强品牌营销及产品设计研发的投入。