

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：2019-03

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2月15日下午15:30-17:00
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2月15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2月15日下午15:30-17:00

投资者参与人：

天风证券股份有限公司	吕明
天风证券股份有限公司	于健
天风证券股份有限公司	杜宛泽
天风证券股份有限公司	郭彬
华安财保资产管理有限责任公司	余元
中融基金管理有限公司	郭旭
圆信永丰基金管理有限公司	范妍
圆信永丰基金管理有限公司	李明阳
圆信永丰基金管理有限公司	徐颖婷
国寿安保基金管理有限公司	王韞涵
东方阿尔法基金管理有限公司	竺艺
东海证券股份有限公司	周元
中信保诚基金管理有限公司	邹伟

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：就公司最新业务及发展战略与分析师进行交流。

公司董事会秘书宗惠春先生向投资者介绍了公司基本情况：

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，定位于为消费者提供年轻、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。公司近年来推进多品牌战略，通过自行培育、代理、并购等多种方式发展新品牌，完善品牌矩阵，在促进森马和巴拉巴拉两个主品牌快速发展的同时，带来多个新业务增长点。

2018年前三季度，公司累计实现营业收入97.64亿元，同比增长21.41%；实现净利润12.72亿元，同比增长25.66%；营收和利润均实现20%以上的增长。报告期末，公司总资产为152.07亿元，同比增长14.56%；净资产为107.63亿元，同比增长7.57%。

2018年以来，公司经营稳健，发展态势良好，得益于我们过去几年坚持改革创新，围绕主业持续整合资源，提升公司产品竞争力。

主要表现在几个方面：

一、研发投入方面：

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综合考虑，整合资源优势提高公司产品的竞争力，保持公司产品领先时尚、高性价比。2017年，公司研发投入3.53亿元，较上年同期增长29.71%，产品竞争力得以加强。

二、供应链改革方面：

公司持续整合供应链资源，筛选出更优质的供应商，从而提升了供应商的整体质量，改善和提升了产品的品质、货期以及性价比。进而，为订货模式创新提供了条件和基础。公司在供应链能力加强的基础上，成人装订货模式从原来每年4次订货，发展成为4+4批次订货，童装由4次订货发展为4+2批次订货，同时，在直营系统和购物中心渠道系统，公司尝试快反模式，采用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。

三、品牌营销方面：

公司通过签约当红流量明星作为公司产品和品牌代言人，邀请知名网红为公司电商的时尚合伙人，公司独家赞助杭州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2019-SSKIDSWEAR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。

四、渠道优化方面：

巴拉巴拉已成为购物中心的强势品牌，森马休闲装品牌也正在积极开拓购物中心，目前，巴拉巴拉购物中心门店约 1500 多家，森马购物中心店约 400 多家。截止 2018 上半年末，门店数量 8864 家，766 家直营店。森马电商作为公司的全资子公司，是渠道的重要组成部分，森马电商业务从小到大，发展迅猛，在电商各细分市场排名领先。

另外，公司在 2018 年，实施了第二期限限制性股票激励计划和第一期员工持股计划，进一步完善激励机制。过去一年，公司与北美最大的童装品牌 TCP 达成战略合作；投资 8.44 亿元收购欧洲童装领军品牌 Kidiliz 集团；投资美国高级时装品牌 JASON WU 并成立合资公司。通过“走出去”与“引进来”，我们已经具备了在全球主要市场的进入与经营能力，拥有了全球化的供应链、人才、研发和设计资源。公司还在香港设立子公司，开设直营门店，成立海外业务中心，拓展海外销售渠道，推动海外业务发展。

公司以董事长邱光和先生提出的“小河有水大河满”为企业经营指导思想，培育了以“和谐共赢”为核心价值观的企业文化，经过多年发展，企业取得了良好的经济效益和社会效益。在坚持“小河有水大河满”的企业经营哲学，弘扬以“和谐共赢”为核心价值观的企业文化的前提下，2018 年，公司坚持围绕服饰主业，促进多品牌战略的实施与发展，支持和推动新业务的成长，全力推动“森马大平台”（多品牌繁荣的平台、资本运营的平台、全员创业的平台、产业孵化的平台、开放共赢的平台）和“四大产业集群”（服装产业集群、儿童产业集群、电商产业集群、新兴产业集群）的建设；在多方面积极求变，进行改革创新，通过整合供应链资源、优化渠道结构、加大产品研发投入、提升品牌运营能力、管理创新、推出第二期限限制性股票激励计划、第一期员工持股计划等措施，着力提升公司核心竞争力。

随着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的发展。