

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：2019-06

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	2019年4月26日 上午 10:00-11:00（电话会议） 2019年4月26日 下午 13:30-14:30（电话会议） 2019年4月26日 下午 15:00-17:00（现场交流会）
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）、潘丽（财务总监助理）、范亚杰（证券事务代表、证券部部长）
投资者关系活动主要内容介绍	就公司 2018 年度报告和分析师进行交流
附件清单(如有)	投资者活动记录
日期	2019 年 4 月 26 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4月26日 上午10:00-11:00（电话会议）
2019年4月26日 下午13:30-14:30（电话会议）
2019年4月26日 下午15:00-17:00（现场交流会）

投资者参与人：

2019年4月26日上午10:00-11:00

陈拓	阳光保险股份有限公司
樊星	长城基金管理有限公司
冯敏	银河基金管理有限公司
郭陈杰	安信基金管理有限公司
黄敏颖	未来感基金管理中心
李品科	中信资管管理有限公司
林健敏	湘财基金管理有限公司
刘小瑛	源乘投资管理有限公司
唐亮	东方资产管理公司
王鹏程	鑫元基金管理有限公司
王树娟	东方证券资产自营
王月	诺安基金管理有限公司
肖珮菁	上海鼎锋资产管理有限公司
杨烨	淡水泉投资管理有限公司
竺艺	东方阿尔法基金管理有限公司

2019年4月26日下午13:30-14:30

马莉	东吴证券股份有限公司
詹陆雨	东吴证券股份有限公司
钟笑楠	中信证券股份有限公司

张历诚	中信建投基金管理有限公司
杨宇	中泰证券股份有限公司
邱贤青	中欧瑞博投资管理股份有限公司
刘水茵	中国守正基金管理有限公司
刘丽	招商证券股份有限公司
陈哲颖	招商证券股份有限公司
李嘉豪	银河证券股份有限公司
韩贵新	幸福人寿保险股份有限公司
刘勇	幸福人寿保险股份有限公司
刘欢	兴证证券资产管理有限公司
王卓琳	兴证证券资产管理有限公司
赵树理	兴证证券资产管理有限公司
李东振	新华资产管理股份有限公司
邵一帆	溪牛投资管理有限公司
姬文青	西南证券股份有限公司
杨霞	彤源投资发展有限公司
范文泉	升益投资管理有限公司
欧阳荣	上海信璞投资有限公司
周凯	上海林孚资产管理有限公司
徐家宇	群鼎投资有限公司
吕志亮	农业银行
张毅	克里赛尔信息技术有限公司
张琛	加金资产管理有限公司
李丽娟	基明资产管理有限公司
高良宇	华泰证券股份有限公司
戴家伟	弘毅远方基金管理有限公司
陈静	弘道投资有限公司

林海成	恒盈资产管理有限公司
包丽华	合晟资产管理有限公司
徐斌	杭州玖龙资产管理有限公司
罗杰	国信证券股份有限公司
尹升	国信证券股份有限公司
齐加良	国金证券股份有限公司
王中波	观合资产管理有限公司
秦聪	工银瑞信基金管理有限公司
彭晨晨	富国基金管理有限公司
陈静	敦和资产管理有限公司
刘明	东方阿尔法基金管理有限公司
张亚华	鼎锋资产管理有限公司
石玲	德邦证券股份有限公司
张珊珊	大成基金管理有限公司
李蝉	大潮资本有限公司
朱琪琪	澄金资产管理有限公司
张飞鸿	晨曦投资管理有限公司
李倩雯	琛晟资产管理有限公司
Jo wang	William Blair

2019年4月26日下午 15:00-17:00

詹陆雨	东吴证券股份有限公司
陈玮	宁波梅山保税港区荟金投资管理有限公司
李俐璇	长江证券股份有限公司
孙未未	光大证券股份有限公司
郝帅	国泰君安证券股份有限公司
刘家薇	国泰君安证券股份有限公司
唐天	观富资产管理有限公司

吕明	天风证券股份有限公司
岳小琳	建信保险资产管理有限公司
何利丽	建信保险资产管理有限公司
于健	浙商证券股份有限公司
张萌	广发证券股份有限公司
郭彬	天风证券股份有限公司

活动地点：上海闵行区莲花南路 2689 号

接待人员：宗惠春（董事会秘书）、潘丽（财务总监助理）、范亚杰（证券事务代表、证券部部长）

记 录： 谢俊

活动内容：就公司 2018 年度报告和分析师进行交流

活动交流内容：

公司董事会秘书宗惠春向参会者简要介绍了公司 2018 年度的经营情况：

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



公司上海园区

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小康之家。

经过多年的努力，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，连续多年国内市场份额第一。随着消费市场的进一步扩大以及资源向优势企业集中，森马品牌和巴拉巴拉品牌在现有竞争优势的基础上，将迎来进一步的发展机遇。



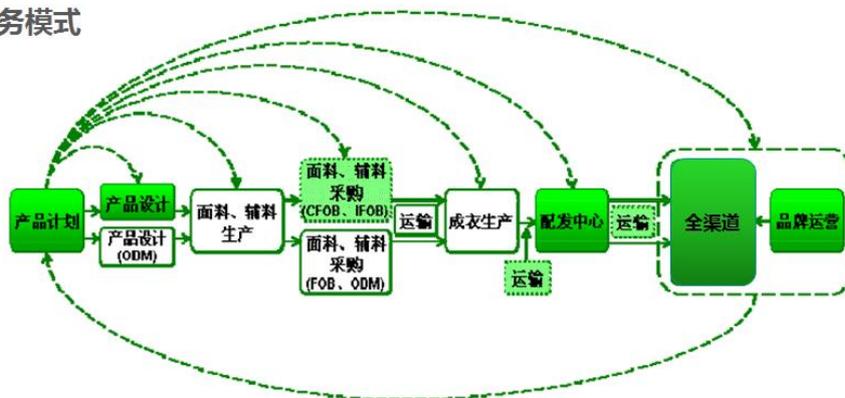
公司温州园区

2018年，全球经济环境复杂多变，根据国家统计局数据显示，2018年1-12月，社会消费品零售总额380,987亿元，同比增长9.0%，其中，限额以上单位服装类商品

零售额累计9,870亿元，同比增长8.5%。国内消费增速放缓的大环境下，服饰零售继续增长，国内零售增速企稳，服装零售行业趋于复苏。

公司通过一系列内外部改革措施，加大研发投入，优化产品结构，提升产品品质，加速渠道融合，深化供应链改革，聚焦消费者，持续扩大品牌影响力，提升整体运营效率，实现公司营业收入增长。同时，公司加快国际化步伐，通过对外投资、代理合作等方式引进国外优秀品牌，形成了完整的品牌矩阵。

公司业务模式



公司核心业务：品牌运营、产品研发、供应链管理、仓储物流、零售管理

2018年，公司实现营业总收入约157.19亿元，较上年同期增长30.71%；实现营业利润20.80亿元，同比增长37.65%；实现归属于上市公司股东的净利润16.94亿元，同比增长48.83%。截至2018年12月31日，公司总资产为165.68亿元，归属于母公司所有者的净资产为111.46亿元。

会议交流主要内容：

Q1：关于服装行业的发展情况

A：关于中国服装行业的发展趋势和特点，我们有如下主要观点：

1、中国是世界上最大最具增长潜力的市场。中国服装市场的增速大约在8-10%，童装市场的增速大约在10-12%。

2、互联网电子商务快速发展给零售业带来深刻影响，加速了传统零售企业的优胜劣汰进程，能够与时俱进，处于市场领先地位的企业，利用互联网电子商务平台，获得更多资源，实现加速发展，另一部分企业正在被逐渐淘汰。

3、中国城镇化和城市建设对零售业带来影响，购物中心、奥特莱斯等新兴购物场所更加被消费者喜爱，传统零售渠道结构正在调整。

4、自改革开放以来，中国经济快速发展，消费市场经历了品牌为王、渠道为王、产品为王等阶段，现代的消费行为更加重视产品本身和购物体验，正在从过去物质消费为主向物质与文化相结合的方向转化。

经济发展和市场变化对企业来说，既是机遇也是挑战。未来，那些具有良好企业形象、品牌文化内涵，以及承担更多社会责任的企业和品牌的的产品将越来越受到消费者的青睐和喜欢。

Q2：关于供应链与应付账款周转天数

A：公司持续优化整合供应链资源，与优秀的规模化标准化生产厂结成战略联盟，通过规模化的订单和科学合理的下单计划，组织采购和生产，保证产品的品质、货期、性价比，提高产品竞争力。

我们注意到，近年来，公司应付账款周转天数逐渐上升，从上市初年2011年的42天上升至2018年的86天，在供应商数量减少质量提升能力更强的背景下，公司应付账款周转天数的提高，说明公司对上游供应商的议价能力持续增强，市场地位稳步提高，竞争力进一步突显。



图：公司应付账款情况

Q3: 公司线下销售渠道情况

A: 截至 2018 年底, 公司店铺总数为 9,905 家, 其中新并购 KIDILIZ 集团业务新增店铺 782 家。公司原有业务店铺净增 700 家, 其中, 成人装店铺净增加 202 家, 童装业务净增加 498 家。

按业务模式划分 (不含KIDILIZ)								
模式	期末		本期减少		本期增加		本期净增加	
	数量 (个)	面积 (万㎡)	数量 (个)	面积 (万㎡)	数量 (个)	面积 (万㎡)	数量 (个)	面积 (万㎡)
直营	763	15.52	229	2.89	313	4.95	84	2.06
加盟	8,360	158.27	1,047	13.82	1,663	35.33	616	21.51
合计	9,123	173.79	1,276	16.71	1,976	40.29	700	23.58

按业务模式划分 (含KIDILIZ)								
模式	期末		本期减少		本期增加		本期净增加	
	数量 (个)	面积 (万㎡)	数量 (个)	面积 (万㎡)	数量 (个)	面积 (万㎡)	数量 (个)	面积 (万㎡)
直营	1,218	20.72	229	2.89	768	10.15	539	7.26
联营	280	2.05	-	-	280	2.05	280	2.05
加盟	8,407	158.65	1,047	13.82	1,710	35.71	663	21.90
合计	9,905	181.43	1,276	16.71	2,758	47.92	1,482	31.21

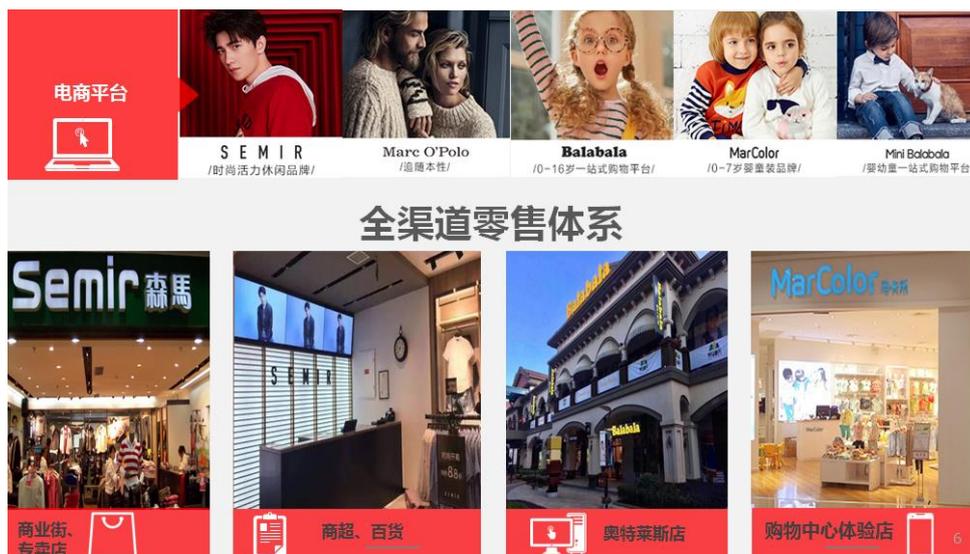
按商品品类分类 (含KIDILIZ)								
品类	期末		本期减少		本期增加		本期净增加	
	数量 (个)	面积 (万㎡)	数量 (个)	面积 (万㎡)	数量 (个)	面积 (万㎡)	数量 (个)	面积 (万㎡)
休闲服饰	3,830	89.65	715	9.60	917	18.88	202	9.28
儿童服饰	6,075	91.77	561	7.11	1,841	29.04	1,280	21.93
合计	9,905	181.43	1,276	16.71	2,758	47.92	1,482	31.21

图: 公司线下销售渠道情况

2018 年下半年, 公司对上海裔森服饰有限公司的出资份额由控股(持股 70%) 变为参股(持股 30%), 上海裔森服饰有限公司不再纳入合并报表范围, 其店铺数量 353 家被计入成人装店铺当期减少, 如果不考虑此因素的影响, 成人装店铺实际净增加 555 家。

同时, 我们注意到, 新开店中, 加盟商开店占比约 80%, 公司原有境内主业的应收账款在 2018 年保持平稳健康的态势, 公司对加盟商的资金支持、开店支持等商务政策没有显著改变。加盟商开店积极性的释放反映出公司过去几年业务改革初显成效, 零售系统售罄率、动销率、盈利能力持续改善。加盟商对公司业务的发展前景充满信心, 他们有能力、有意愿投资开店拓展业务。

目前, 公司已构建了专卖店、商超百货、购物中心和奥特莱斯及电子商务等全渠道零售体系, 支持公司零售业务健康发展。



公司店铺数量高增长，以及营收和利润的增长，都证明了公司过去几年，在供应链、渠道结构、品牌运营、产品研发等各业务环节进行的改革和创新已取得阶段性的显著成果。

公司与加盟商长期合作，具有稳定坚实的合作基础，公司加盟商队伍稳定，大部分加盟商与公司的合作关系超过十年以上，加盟商数量呈稳定增长，变动不大。这几年，公司注重赋能产业上下游客户，特别重视对零售赋能，注重提高加盟商的零售能力，重点支持头部客户发展，从公司年报数据看，前五名加盟商都是零售过亿元的客户，公司希望早日培育出 10 亿级零售规模的加盟商客户，与公司规模化发展相契合，促进公司零售业务实现更好更快的发展。

公司主要销售客户情况

前五名客户合计销售金额(元)	820,625,021.80
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	5.22%
前五名客户销售额中关联方销售额占年度销售总额比例	0.00%

公司前 5 大客户资料

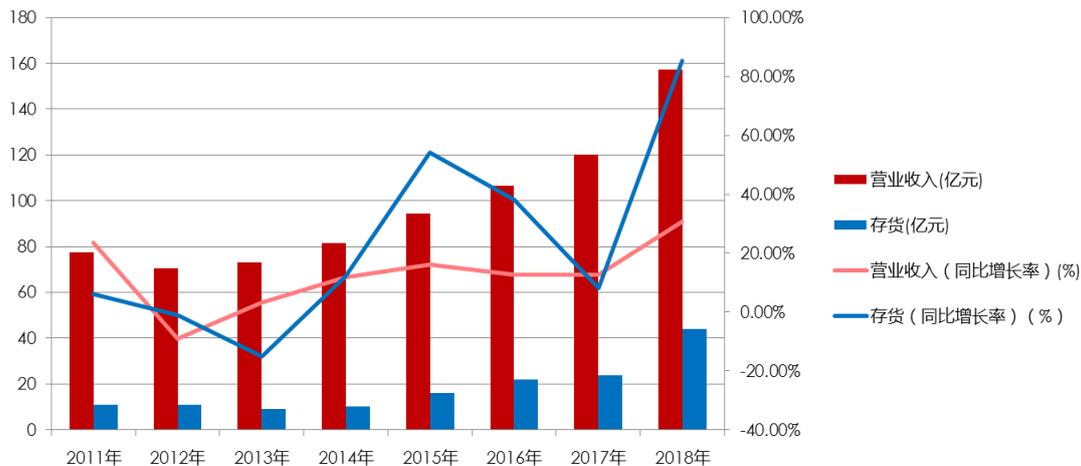
序号	客户名称	销售额(元)	占年度销售总额比例
1	第一名	214,066,324.39	1.36%
2	第二名	164,966,171.69	1.05%
3	第三名	153,903,782.08	0.98%
4	第四名	147,853,448.49	0.94%
5	第五名	139,835,295.15	0.89%
合计	--	820,625,021.80	5.22%

图：公司主要销售客户情况

Q4：库存情况介绍。

A：公司年报显示，截止 2018 年 12 月 31 日，公司存货 44.17 亿元。同比来

看，公司的存货增长大于营业收入的增长。环比来看，不考虑 KIDILIZ 集团业务并表因素，公司存货较上期有所下降。



图：公司营业收入和存货情况

公司现在并表的库存对应 KIDILIZ 集团业务全年营收规模，而营收只并入了其第四季度的数据，因此收入和库存相对没有那么匹配，可比性较弱。

从业务角度来看，KIDILIZ 集团在四季度的并表直接带来存货的增长；此外，电商业务在 2018 年仍保持高增长，电商同比增长 31.50%，作为公司的直营业务，并且新品占比逐渐增加，电商业务的快速发展也会影响存货增加；新品牌、新业务的推出前期，公司也会以直营方式进行，同样会带来存货的增加。

公司历来重视库存管理，公司将采取有效措施，通过电商、直营等渠道促进库存商品销售，管控业务风险，实现业务稳定健康发展。

Q5：2018 年存货跌价准备计提 5.6 亿元，2019 年比例还会这么高吗？

A：公司存货跌价准备的计提采用一贯的会计政策，在可变现净值的计算上遵循谨慎性原则，符合公司一向稳健的财务政策。公司不刻意提高或者降低存货跌价准备的比例，而是根据公司实际情况计算可变现净值而定。

Q6：欧睿披露了各个品牌童装数据，森马童装提高 0.7 个百分点至 5.6%，但第二到第五名合计提升 0.4 个百分点至 4.4%，从数据上来看我们与后面童装品牌的差距是拉大的，实际情况如何？

A：我们注意到第三方统计数据，2018 年，巴拉巴拉市占率从 4.9% 提升到 5.6%，提升了 0.7 个百分点，第二名从 1.1% 提升到 1.2%，提升了 0.1 个百分点。差距进一步拉大，验证了我们的观点，市场资源正在进一步向头部优势企业和品牌集

中。

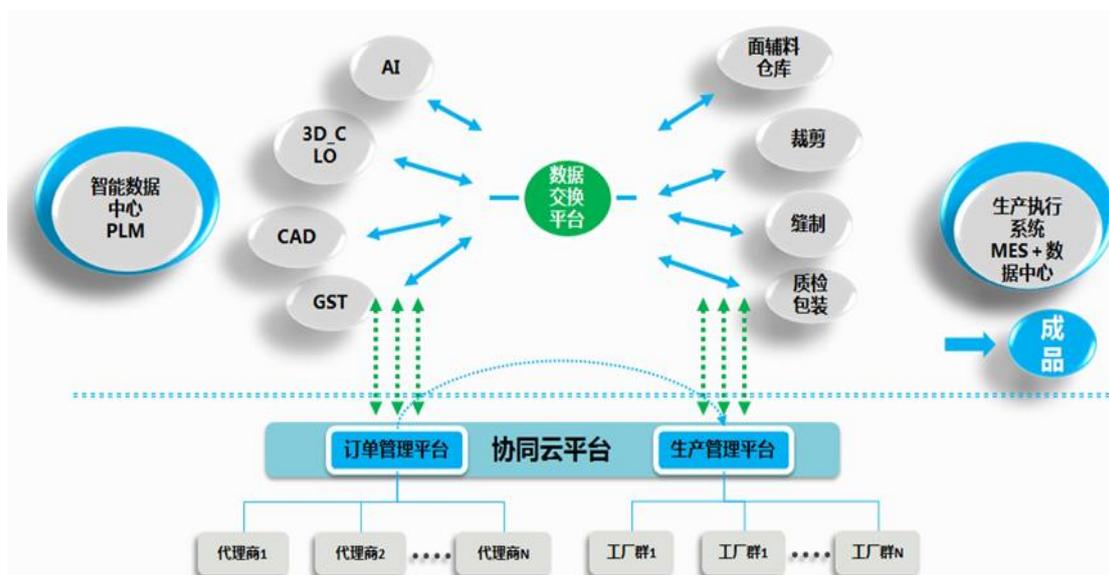
在互联网为背景的信息时代，消费者更容易获取品牌与产品的信息，有了更加方便灵活的购买渠道和方式，他们对产品的甄别能力更强。这种情况对优势龙头企业和品牌来说，是重大的发展机遇，资源再分配的结果，有利于优势企业和品牌实现健康快速发展。同时，也加速了对劣势企业和品牌的淘汰进程。

巴拉巴拉快速发展的原因，既有外部环境带来的机遇因素，又有巴拉巴拉自身积累沉淀的成功经验和业务能力。

Q7：关于研发与产品竞争力

A:服装市场是一个开放的，充分竞争的市场。

消费升级不仅表现为消费者购买力的增强，还表现在消费者的专业水平更强，消费者不仅关注服装的款式和色彩，还关注服装的材料、工艺、环保与健康。这就要求服装品牌企业必须重视和加强产品研发与投入。公司产品全部外包生产，我们要对产品负责，要向市场提供高性价比的产品，必须加强产品研发，赋能供应链，与生产厂家密切合作，持续提高和改善产品性价比。公司近年来，研发投入持续加强，2017年、2018年公司研发费用分别为3.53亿元、3.64亿元，处于行业领先水平，为保持和提升公司产品市场竞争力发挥了重要作用。



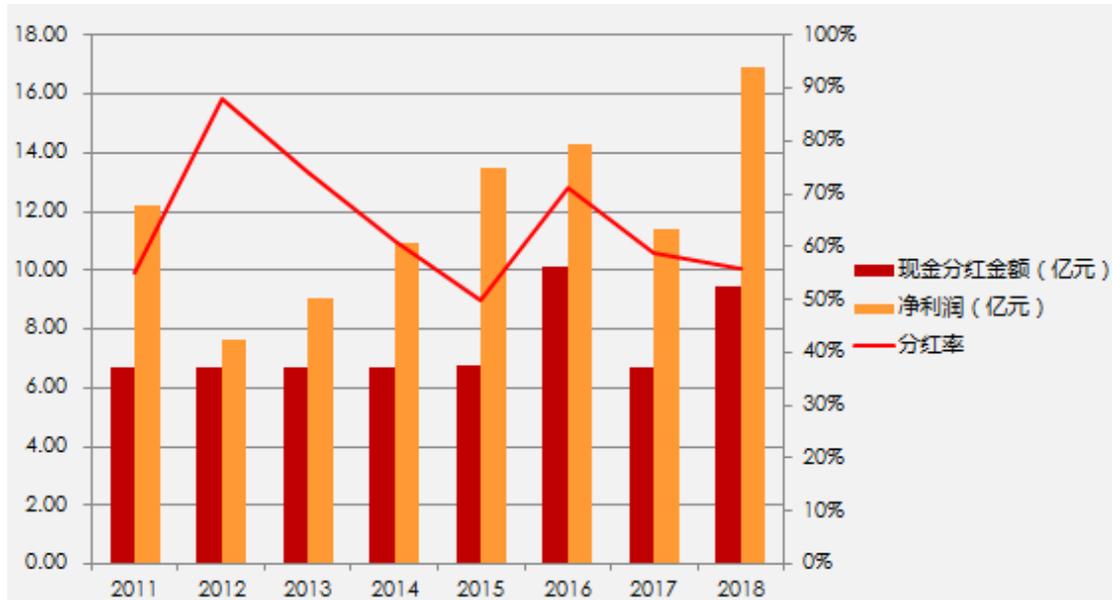
图：公司研发情况

Q8:公司分红情况

A:公司自上市以来实现净利润累计95.86亿元。公司2017年利润分配方案为每股派息0.25元，2018年分配预案每股派息0.35元，增加0.1元，提高40%，

这与公司目前的业务发展和利润水平保持一致。

如果森马服饰 2018 年利润分配预案顺利实施，那么自 2011 年上市以来，公司累计分红达 59.81 亿元，分红率为 62.39%。



图：公司现金分红情况

Q9：并购 KIDILIZ 集团后，休闲装和童装的供应链是否有相关变化？

A：在并购 KIDILIZ 集团时，公司非常关注其供应链能力，KIDILIZ 集团在全球有 6 个采购中心，大部分产品在东南亚生产；公司原有业务的采购大多在国内，供应链方面，双方各有优劣，我们相信与 KIDILIZ 集团的合作会给双方的供应链改善提供更多机会。从长期来看，我们一定会走出国门，搭建国际化采购平台。

Q10：之前的交流中曾经提到对 KIDILIZ 集团 1.1 亿欧元收购对价中 4000 万是股权收购对价，7000 万欧元用于还债，现在债务是否已经还完？

A：2018 年 10 月 1 日，公司已经支付 1.1 亿欧元的收购款，完成了对 KIDILIZ 集团收购交割。KIDILIZ 集团已经偿还了相应银行债务，在第四季度，公司将这部分债权转换成了对 KIDILIZ 集团的股权。

Q11：为什么选择用公允价值而非净资产对 KIDILIZ 集团进行入账？

A：根据中国《企业会计准则——企业合并》规定，非同一控制下的企业合并，对于被购买方可辨认资产、负债应当按照合并中确定的公允价值列示。按照规定，公司聘请专业评估师对其品牌商标权的公允价值进行评估，按照 KIDILIZ 集团可辨认的净资产的公允价值入账，并按照中国会计准则进行后续摊销。

Q12: 电商业务

公司 2012 年起开展电商业务，森马电商通过品牌驱动、内容驱动、产品驱动和体验驱动的四轮驱动，从无到有，从小到大，取得快速发展。



公司电商产业园

2018 年，浙江森马电子商务有限公司实现营业收入 40.69 亿元，双十一当天零售业绩 11.4 亿元。

2019 年，森马电商将把握行业结构转型的趋势，在巩固现有头部优势的同时，加强经营创新；围绕以消费者研究为导向进行品牌势能拉高，构建从用户访问、转化、交付和留存各环节的消费者体验提升体系；加快新品研发和运营，协同线上线下的库存管理；发力社交电商业务；持续推进信息化建设、提升数据决策效率。积极推进投资并购工作，以多样化形式开拓电商新增量。

Q13: 关于公司聘任高管

A: 公司在 2018 年构建了以职业经理人为核心的管理层团队，同时，为进一步完善公司治理，提升公司科学治理水平，公司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。

2019 年 4 月 25 日，公司第四届董事会二十五次会议决议聘请黄剑忠、张伟为公司副总经理，这是公司加强管理团队力量的又一举措。为实现公司持续健康发展，公司提出“牛人战略”，就是要优选和凝聚认同公司文化、热爱森马事业、在专业领域具有优秀能力的人才，通过具有竞争力的薪酬、完善的福利，以及丰富多元的激励措施，激发干部员工的积极性和创造性，共同推进森马事业的发展。