

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：2019-13

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（参观研发中心、订货会及店铺调研）
参与单位名称及人员姓名	见附件
时间	2019年7月29日 13:00-17:00
地点	浙江省温州市瓯海区娄桥工业园南汇路98号
公司接待人员	宗惠春（董事会秘书） 朱秀丽（研发首席专家） 石向阳（生产经理） 孙婷婷（巴拉巴拉商品企划部部长） 王俊（森马事业部销售经理） 张晶晶（巴拉巴拉事业部阿米巴长）
投资者关系活动主要内容介绍	参观调研研发中心、巴拉巴拉订货会现场及五马街店铺，并与投资者展开交流互动
附件清单(如有)	投资者活动记录
日期	2019年7月29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7月29日 13:00-17:00

地点：浙江省温州市瓯海区娄桥工业园南汇路98号

投资者参与人：

史琨	中信建投证券股份有限公司
王梅	中欧基金管理有限公司
李子婧	中欧基金管理有限公司
盛开	海通证券股份有限公司
郭彬	天风证券股份有限公司
褚洪亮	东北证券股份有限公司
郑一鸣	中信证券股份有限公司
吴雨洲	华金证券股份有限公司
赵越峰	东方证券股份有限公司
曾令仪	中泰证券股份有限公司
赵颖婕	广发证券股份有限公司
彭邦泰	华泰柏瑞基金管理有限公司
刘家薇	国盛证券有限责任公司
孙未未	光大证券股份有限公司
于健	浙商证券股份有限公司
张家璇	长城证券股份有限公司
王尧	方正证券股份有限公司
尹昇	国信证券投资管理总部
唐宋媛	上海申银万国证券研究所有限公司
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

詹陆雨	东吴证券股份有限公司
朱斌	上海准锦投资管理有限公司
赵宇	太平养老保险股份有限公司
张炜舜	中庚基金管理有限公司

接待人员：宗惠春（董事会秘书）、朱秀丽（研发首席专家）、石向阳（生产经理）、孙婷婷（巴拉巴拉商品企划部部长）、王俊（森马事业部销售经理）、张晶晶（巴拉巴拉事业部阿米巴长）

记 录： 谢俊

活动交流内容：

2019年7月29日下午，公司组织投资者及分析师前往温州，对公司的研发中心、巴拉巴拉订货会、五马街的森马店铺和巴拉巴拉店铺进行现场调研活动，参加人员共25人，包括中欧基金、中信建投证券等证券投资机构和证券研究机构代表。本次调研活动中，公司研发首席专家朱秀丽、生产经理石向阳、巴拉巴拉商品企划部部长孙婷婷、森马事业部销售经理王俊、巴拉巴拉事业部阿米巴长张晶晶分别在研发中心环节、巴拉巴拉订货会参观环节、店铺调研环节为投资者及分析师进行介绍，并就调研者所关心的问题进行了沟通和回答。

主要内容：

一、研发中心

公司研发项目首席专家朱秀丽、试验工厂生产经理石向阳带领投资者及分析师到研发中心进行现场参观，并对研发中心的智能设备、新型面料和智能生产流水线进行详细讲解，在参观现场，分析师亲身体会了3D智能魔镜、智能售货机等设备。



目前服装市场国内外品牌竞争异常激烈，消费者对服装时尚性，对产品品质要求日益增加，以目标消费者的生活方式、生活价值观、心理诉求为导向，以提升产品品质质量为核心，从公司战略高度出发，将企业技术创新、转型升级列为重中之重，近几年持续高投入全面开展研发项目。

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。报告期，公司研发投入 3.64 亿元，较上年同期增长 3.10%，对提升产品竞争力、促进公司销售增长发挥了积极作用。针对我国服饰行业发展现状、消费者需求变化、消费升级及服饰产业链各环节特点，结合公司发展战略，以目标消费者的生活方式、生活价值观、心理诉求为导向，以提升产品品质及质量为核心，公司制定了研发方向，将企业技术创新、转型升级列为重中之重，全面提高公司产品研发自主创新能力。

公司于 2018 年建成了数字化智能化研发中心，致力于打造面向服装行业全产业链的“衣云服务平台”。目前，公司的数字化智能化研发中心已建立了产品技术标准数据库，可以通过数字化研发技术及相应数据库完成服装的开发和 3D 虚拟打样；在公司的数字化智能化研发中心，已实现智能装备自动裁床、吊挂生产线等与 MES 系统高度集成，可实现同一生产流水线同时完成多款产品批量生产，为精益生产标准的制定提供数据支撑。



对内传递行业前沿动态，为公司技术革新提供技术指引，为产品研发提供技术服务，为公司新技术和生产管理标准数据库提供技术支持，承担公司定制产品开发和少量生产的任务。

对外以强强联合为宗旨，在政府、供应商、代理商三方面发挥效用。政府方

面，研发中心通过引领行业技术革新，打造行业大数据、智能制造示范基地；供应商方面，研发中心作为智能制造示范基地，引领供应商发展，产生协同效应；对代理商而言，研发中心作为森马科研实力的象征，增强对森马未来发展的信心。

经过多年的技术沉淀，公司目前已建立了智能制造研发中心，成功验证了工业软硬件信息化集成方案，实现了产品全产业链智能制造，实现了研发端和生产端的数据互通。研发端：实现工业设计软件 3Dclo、AI、GST、CAD 与 PLM 数据中心高度集成，研制成本降低 20%以上，产品研制周期缩短 35%以上。生产端：实现智能装备自动裁床、吊挂生产线等与 MES 系统高度集成，实现同一生产流水线同时完成多款产品批量生产，生产效率提升了 20%以上。

在知识产权方面，已授权专利 83 项，其中发明专利《一种绒面高弹面料结构》、《一种三维人体重建与测量的方法和设备》，实用新型《一种基于体感识别装置的虚拟试衣系统》、《一种具有缓振功能的鞋子》等。

2018 年，公司继续以提升公司自主研发能力为核心，围绕产品开发展开相关创意设计、款式、面料、版型、人体数据标准及终端产品体验等全方位研究，2018 年公司开展了 28 项研发项目，累计已开展了 96 项研发项目，如《基于森马服饰大数据的面料版型数据库开发》、《3D 体感交互式、虚拟数字化产品技术研发》等项目，都是行业内领先的技术研究。2018 年产品研发项目的实施，显著提升了公司研发设计水平，实现了产品研究的实时沟通与数据规范化、公开化、透明化，对提升公司产品的竞争力发挥了积极的重要作用。经过多年的技术沉淀，作为国家服装标准化技术委员会成员单位，公司先后参与制定国家标准 1 项，牛仔服装行业标准等 3 项。2018 年，公司被授予中国纺织行业工业设计中心，获得中国纺织工业联合评定的 2018 年度十大类纺织创新产品 2 项，温州市企业技术中心，2018 年度浙江省纺织标准化工作先进单位。



问答与交流：

Q1：在研发中心建立示范工厂的作用？

A：森马采用虚拟经营的模式，虽然不进行生产，但是需要比生产商更懂生产。首先，示范工厂可以起到引领的作用，精益生产部作为供应商的样板提供精益生产指导，目前精益生产已经在供应商中逐渐铺开，参与改造的供应商的效率至少提升 10%。其次可以实现大数据沉淀，通过打造 GST 数据库，以客观的数据告诉供应商最优效率应该达到何等水平，分析每道工序工时如何，利于核价、提效。

Q2：对研发周期的促进？

A：夏季产品从研发到上市时间可以缩短为 1-2 个月，但是冬季产品有挑战，主要是由于冬季产品材料复杂。未来公司产品肯定是短中长周期产品都有，基本款周期可以长一些，时尚类产品周期会缩短。目前来看，我们 10%-15% 是快反产品，未来计划达到 30%-40%。

二、订货会现场参观

巴拉巴拉商品企划部部长孙婷婷带领大家到巴拉巴拉的订货会现场，参观了展示区的店铺陈列、新品展示，并阐述了新产品设计理念、新产品线的发展情况。

三、五马街森马店铺、巴拉巴拉店铺调研

1、森马店铺

店铺位于温州市地标性核心商圈之一的五马街，从 2001 年开业，是森马品牌最早、最具标杆性的旗舰店之一。

店铺总面积 2100 平米，实际使用面积 1500 平米，分为三层，呈现出典型的蘑菇店结构，一楼面积 200 平，二楼 600 平，三楼 1200 平。一楼陈列偏大众的男装、满足基本款需求，二楼是比较时尚、活力的产品或者 IP 款等，三楼是女装。

这样的设计结构可以为消费者更好的呈现品牌内涵，提升消费者购物体验。

一般一个季节的产品分 3 个大的批次上新，门店会按容载量再拆分成多次。现有产品中，女装产品占比 38%左右，鞋和配件占比 5%左右，希望鞋和配件的销售带来更快增长，规划鞋和配件在销售量上占比 10%左右。

门店会捕捉本地时尚趋势、反馈到总部生产，并且在大型门店试销，如果销售较好则继续铺开，增加翻单和在小店的铺货。近年来产品变化主要是年龄段向上、向下拓宽，现在可以主要定位到 16~35 岁人群，以及亲子装，向上拓展了简约线、适合上班族。2019 年秋季产品变化较大的主要是增加了梅花款（合作 IP）和简约线的开发。

2、巴拉巴拉店铺

巴拉巴拉店铺同样位于温州市地标性核心商圈之一的五马街，从 2002 开业，目前店铺面积为 850 平米，分为三楼，一楼是婴童和配件产品线，二楼是女童，三楼是男童和休闲区，一楼面积 60 平米，二楼和三楼面积相当、空间大一些。合计展示面积约 720 平米。公司开发了云店“微信小程序”，界面库存显示的是门店库存，可以线上购物，可选择自提和商家配送等方式。现阶段有微信号关注会员 6000-7000 名，目前重点工作是提高转化率，为微信客户建立客户交流群，进行日常管理，为销售的贡献起到重要作用。在日常的工作中，会对店铺导购实行专门的培训，同时采用合理的激励措施实现导购的专业水平和服务水平的提高，通过导购为消费者提供舒适的购物服务从而提升客单价。