

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：2020-04

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 checked="" 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	2020年4月29日上午10:00-11:00（电话会议） 2020年4月30日下午13:30-14:30（电话会议）
地点	上海闵行区莲花南路2689号
公司接待人员	宗惠春（董事会秘书） 钟德达（巴拉巴拉事业部总经理）
投资者关系活动主要内容介绍	就公司2020年第一季度报告与分析师进行交流
附件清单（如有）	投资者活动记录
日期	2020年4月30日

附件

浙江森马服饰股份有限公司
投资者活动记录

投资者参与人:

2020年4月29日上午10:00-11:00(电话会议)

施红梅	东方证券股份有限公司	张珊珊	大成基金管理有限公司
杜宛泽	天风证券股份有限公司	朱丽丽	平安养老保险股份有限公司
糜韩杰	广发证券股份有限公司	姚倩	摩根大通投资股份有限公司
范子盼	长江证券股份有限公司	李竹君	华宝基金管理有限公司
黄淑妍	长江证券股份有限公司	雷凯	北信瑞丰基金管理有限公司
孙未未	光大证券股份有限公司	梅冬羽	诺德基金管理有限公司
戎姜斌	申万宏源证券有限公司	林祎露	华夏基金管理有限公司
杨欣	开源证券股份有限公司	王然	东方基金管理有限责任公司
盛开	海通证券股份有限公司	罗翔	中信证券资产管理
何悦	兴全基金管理有限公司	王冯	华金证券有限责任公司
曾令仪	中泰证券股份有限公司	詹陆雨	东吴证券股份有限公司
孔德婧	交银理财有限责任公司	丁诗洁	国信证券股份有限公司
张家璇	长城证券股份有限公司	宋文慧	中国国际金融股份有限公司
刘子玉	金鹰基金管理有限公司	姜涵宇	兴业基金管理有限公司
及晶晶	海通自营	唐爽爽	华西证券股份有限公司
杨莹	国盛证券有限责任公司	郭彬	太平洋证券股份有限公司
刘家薇	东北证券股份有限公司	张维益	东方证券股份有限公司
常宁	华商基金管理有限公司	丁玉杰	万家基金管理有限公司
张旭欣	招银理财有限责任公司	吴朝晖	慧珠投资管理有限公司
肖璇	安信基金管理有限责任公司		

2020年4月30日下午13:30-14:30(电话会议)

张萌	华泰证券股份有限公司	陈晓	太平基金管理有限公司
陈橙	广发基金管理有限公司	徐婷	华泰证券股份有限公司
朱淑仪	中科沃土基金管理有限公司	张光耀	华泰证券股份有限公司

张泽宇 森霸传感科技股份有限公司 张诗宇 华泰证券股份有限公司
金庆新 信业股权投资管理有限公司 吴正明 国海证券股资管
尤加颖 深圳市领骥资本管理有限公司

电话会议活动交流内容：

森马服饰于4月29日披露了2020年第一季度报告，当日上午和4月30日下午，公司组织了投资者交流电话会议，会议分别由东方证券消费行业负责人施红梅、华泰证券纺织服装张萌主持，包括大成基金、平安养老保险、天风证券、申万宏源等共50名机构代表参加了交流，公司董事会秘书宗惠春、巴拉巴拉事业部总经理钟德达出席电话会议并与大家交流。

主要内容如下：

一、主要会计数据和财务指标

	本报告期	上年同期	同比增减
营业收入	27.38 亿元	41.18 亿元	-33.51%
归属于上市公司股东的净利润	1748.25 万元	3.47 亿元	-94.96%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-2591.31 万元	3.13 亿元	-108.29%
经营活动产生的现金流量净额	-2.42 亿元	-33,33.71 万元	
	本报告期末	上年度末	同比增减
总资产	165.54 亿元	166.21 亿元	-0.40%
归属于上市公司股东的净资产	117.69 亿元	117.65 亿元	0.04%

二、主要业务情况

一季度，公司营业收入下降33.51%，境内原有业务和境外KIDILIZ集团业务营收下降幅度相差不大；公司线下业务营收下降约4成，电商业务营收低个位数下降。

三、存货情况

一季度末，公司存货40.18亿元，较期初41.09亿元，减少了9058万元，总体存货水平较为稳定。

四、店铺情况

一季度，公司门店总数基本持平，其中，巴拉巴拉门店略有增加，森马休闲装门店略有减少。

五、公司应对疫情的主要工作

一季度，零售市场受疫情影响，消费明显不足，行业企业都面临考验。对此，

公司严格控制费用，合理安排现金支出，巩固现金储备；积极促进销售，在原有电商业务基础上，大力推动门店在线，以门店为中心，以个人为支点，通过网格化管理，开展全员零售；调整采购与订货、退货等业务，支持供应商和代理商正常开展业务与经营。

我们认为，目前，国内疫情已得到有效控制，市场正在恢复，具备优势的行业龙头公司会迎来新的发展机遇。

六、交流提问环节

Q1：4月零售恢复情况

巴拉巴拉品牌童装业务有较好的增长，特别是3、4线城市恢复较快，消费者的消费需求较大；森马品牌成人装业务也在快速恢复，随着3月份国内疫情情况得到有效控制，线下门店的流量明显恢复，门店终端零售好转，随着疫情得到控制和好转，各地的复工复学后，会产生消费需求的释放，基于3月份的销售情况，我们月初时预期4月份会取得更好的恢复。在4月份，随着疫情的变化，输入型病例的出现，我们也看到零售业务在好转的过程中，店铺客流量还不够稳定。我们需要观察疫情对零售终端产生的影响，做好长期的思想准备。同时，公司严格控制成本，合理管控各项费用及资金支付，促进业务平稳健康发展，努力降低当前疫情对零售业务产生的不利影响。未来，随着疫情的结束，消费需求会得到进一步的释放，我们预计市场会恢复到之前的水平，并且增长可期。

Q2：巴拉巴拉发展

今年的大环境给各个行业都造成一定的影响，不确定性高，根据第三方机构数据显示，巴拉巴拉去年的市占率从5.9%上升到6.9%，市场占有范围进一步扩大，头部效应明显，巴拉巴拉对未来的发展充满信心。关于新零售的运作，公司从两个方面进行推动，一方面是推动“云”门店的发展与第三方互联网平台进行深入探讨和合作；另一方面是做好原有私域流量的构建，做好社群运营，做好增长粉丝等方面的工作，在此基础上依靠直播、微信秒杀、社交分享、朋友圈裂变等营销方式，加强私域流量管理，让消费者多渠道、多时间段接触到公司产品，激发消费需求。

4月25日，巴拉巴拉品牌开启明星X品牌联动新直播形式，邀请知名主持人朱丹开启明星X品牌联动新直播形式，全渠道直播在线观看人次超过200万，

全渠道发声量超过 1748 万，为品牌交上了亮眼的直播表现。

未来，线上线下会进一步整合，将产品更高效更完美地展示给消费者，和消费者进行有效沟通，疫情影响了零售，促进了巴拉巴拉加速线上线下全渠道融合，构建全域消费者触达通路，强化会员、云店、社群、直播、电商平台的协同发展，提供直播购物、专属导购、线上选款、线下取货、店中购买、邮寄到家等服务，为消费者提供个性化的便捷购物体验。产品方面也要加大改进，深化产品的改革，强化爆品，与优秀 IP 合作、与 CATIMINI 合作出品联名系列、与优质设计师合作、打造柔性供应链，把品牌做强，在疫情环境下，给自己留有弹性的空间。

Q3: Minibalabala

Minibalabala 是公司内部孵化的专注于 0-3 岁婴幼儿产品的线上专供品牌，一经推出受到广大年轻妈妈的喜爱，增长速度较快，连续几年在天猫双十一 TOP 榜单排名靠前。在零售行业普遍受到疫情影响的情况下，Minibalabala 第一季度零售（GMV）增长 30%，这主要是与该品牌是纯电商品牌的特性有关，消费者在进行购物时不需要很强的试衣体验，更重要的是有强大的品牌背书。

Q4: 电商

国内电商有巨大的发展前景，未来会加大资源投入，支持电商团队的发展，这是个大业务，可以为主业的发展提供支持，自身成长过程中也能捕捉到消费者的需求，实现多品类多品牌战略。未来，森马电商将继续保持健康高速发展的目标，重点建设消费者运营、全员运营、高科技运营三大能力。围绕以消费者需求为导向，强化现有品牌，大力发展直播和视频电商、社交电商，构建多平台、多品类的消费生态链；加速从“搜索存量时代”到“直播增量时代”的生态化调整。