

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：2020-10

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	2020年12月3日 15:00-16:00(电话会议)
地点	上海闵行区莲花南路 2689 号
活动组织及接待人员	陈嘉宁（联席总裁） 宗惠春（董事会秘书）
投资者关系活动主要内容介绍	就公司成人休闲装业务和投资者进行交流。
附件清单(如有)	投资者活动记录
日期	2020年12月3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:

吕明	开源证券研究所	徐治彪	国泰基金管理有限公司
杨欣	开源证券研究所	智健	国泰基金管理有限公司
徐彦	大成基金管理有限公司	徐科益	国泰基金管理有限公司
余意	大成基金管理有限公司	申坤	国泰基金管理有限公司
杜宛泽	天风证券股份有限公司	冯皓琪	西部利得基金管理有限公司
樊迎琪	天风证券股份有限公司	冯自力	上投摩根基金管理有限公司
柴必成	天风证券股份有限公司	李博	上投摩根基金管理有限公司
孙海洋	天风证券股份有限公司	王逸欣	东方阿尔法基金管理有限公司
常明	基研投资本管理有限公司	姚倩	摩根大通证券有限公司
陈会超	合煦智远基金管理有限公司	隋思誉	摩根华鑫基金管理有限公司
陈嘉欢	中意资产管理有限责任公司	高逸云	交银施罗德基金管理有限公司
陈柳	国金基金管理有限公司	姜怡	东吴基金管理有限公司
陈雯	万联证券股份有限公司	解睿	前海汇杰资产管理有限公司
李航明	万联证券股份有限公司	程永辉	西部证券股份有限公司
李滢	万联证券股份有限公司	陈怡	泰康资产管理有限责任公司
陈瑶蓉	国信证券股份有限公司	方俊	上海岳海资产管理有限公司
丁诗洁	国信证券股份有限公司	房俊	合晟资产管理有限公司
董浩然	东兴证券股份有限公司	朱炎	东方证券股份有限公司
刘田田	东兴证券股份有限公司	王舒娟	东方证券股份有限公司
靡韩杰	广发证券股份有限公司	王悦	东方证券股份有限公司
张晨雨	广发证券股份有限公司	赵越峰	东方证券股份有限公司
张童舒	广发证券股份有限公司	唐亮	东方证券资产管理有限公司
高悦	广发证券股份有限公司	龚海刚	上海若川资产管理有限公司
谷航	新华基金管理股份有限公司	简尹瑞	九泰基金管理有限公司

李琰	新华资产管理有限公司	何昕	九泰基金管理有限公司
郭彬	太平洋证券股份有限公司	何智超	财通证券资产管理有限公司
赵宇	太平养老保险股份有限公司	侯俊哲	国都证券股份有限公司
林骥川	浙商证券股份有限公司	胡利丽	建信保险资产管理有限公司
詹陆雨	浙商证券股份有限公司	汪超男	中信建投证券股份有限公司
韩佳伟	浙商基金管理有限公司	贾雨朦	星泰投资股份有限公司
及晶晶	海通证券股份有限公司	宋文慧	中金公司
寇媛媛	海通证券股份有限公司	王斌	深圳前海国元基金管理有限公司
梁希	海通证券股份有限公司	周琦	深圳前海国元基金管理有限公司
穆运周	海通证券股份有限公司	赖雪雯	国联安基金管理有限公司
张家璇	长城证券股份有限公司	张明	安信基金管理有限责任公司
黄淑妍	长城证券股份有限公司	黎志军	安信基金管理有限责任公司
汲肖飞	信达证券股份有限公司	李俐璇	浦银安顺基金管理有限公司
贾雨涵	中信证券股份有限公司	李明阳	圆信永丰基金管理有限公司
鲍明明	中信证券股份有限公司	梁莉	天治基金管理有限公司
曾令仪	中信证券股份有限公司	林嘉雯	深圳山石基金管理有限公司
姜涵予	兴业基金管理有限公司	马姝丽	中邮创业基金管理股份有限公司
纪宇泽	兴业证券股份有限公司	梅冬羽	诺德基金管理有限公司
雷玉	长江证券股份有限公司	宋建涛	上海斯洛波公司
骆峥	长江证券股份有限公司	宋姝旺	华西证券股份有限公司
刘欢	兴证证券资产管理有限公司	刘悻	民生加银基金管理有限公司
刘家薇	东北证券股份有限公司	欧阳婧	宁波拾贝投资管理合伙企业
刘丽	招商证券股份有限公司	钱晨曦	华创证券股份有限公司
孙好	招商证券股份有限公司	曲萍	高毅资本管理有限公司
刘含	汉和资本	孙超	英大证券股份有限公司
万力	信诚人寿保险有限公司	汪凯成	中英人寿保险有限公司
吴雨舟	华金证券股份有限公司	汪凌钰	新活力资本投资有限公司
王冯	华金证券股份有限公司	汪志斌	金融资产股份管理有限公司
王力	嘉实基金管理有限公司	王伟	永安资产管理有限公司

王雨丝	中泰证券股份有限公司	汤一枝	申万菱信基金管理有限公司
张蕾	中泰证券资产管理有限公司	薛宝童	智信资本国际有限公司
吴西燕	鹏扬基金管理有限公司	杨曦涵	crisil 投资
吴心怡	华宝基金管理有限公司	姚咏絮	上海明河投资管理有限公司
杨莹	国盛证券股份有限公司	尹昇	国信证券股份有限公司
张凌鹏	泽泉投资管理有限公司	尤鑫	湘财基金管理有限公司
张紫凤	中天国富证券股份有限公司	余元	华安财保资产管理有限公司
甄栋	申万宏源证券股份有限公司	岳小琳	电信保险资产管理有限公司
周磊	国元证券股份有限公司	祝迪川	东证融汇证券资产管理有限公司
朱姝婧	大家资产管理有限责任公司	朱斌	上海准锦投资管理有限公司
孙强	混沌道然资产管理有限公司	吴悠然	谢诺辰阳基金私募证券投资基金投资管理公司

电话会议活动交流内容:

2020年12月3日，公司组织了投资者交流电话会议，会议由开源证券可选消费首席分析师吕明主持，包括国泰基金、大成基金、天风证券、浙商证券等共128名机构代表参加了交流，公司联席总裁陈嘉宁、董事会秘书宗惠春出席电话会议并与大家交流。

首先，公司联席总裁陈嘉宁向各位介绍了成人休闲装业务近期发展情况，以及未来发展策略。

一、成人休闲装业务近期情况

我们在品牌定位上进行梳理，在2020年第三季度，首次传递出森马品牌的新的定位，并与电子竞技俱乐部FPX战队开展合作，打造“森马说行·火钳留名”主题，鼓励年轻人充满自信、无惧困难、迈向成功，准确切入当下年轻人的热点话题，取得出圈的机会。

在营销层面上，搭载了“嫦娥五号”的“长征五号遥五”火箭顺利发射，公司为本次发射任务的实验队科研人员“专门定制”了联名款服装，并以此次发射命名了“森马X长征五号遥五试验队联名款夹克”。

在全渠道社交零售方面，我们通过微商城开展业务拓展，GMV显著提升。同时，在抖音社交平台上，我们在3月份开设店铺，短短几个月也取得不错成绩。未来会探索更多的合作模式和方式。第四季度中，公司双十一实现全渠道零售17.18亿元，同比增长超过20%，排名表现平稳。从业绩机会点角度来看未来提

升空间较大，森马在此次双十一中，做了商品和库存管理的转型，在备货量减少情况下仍然保持了稳健的排名。表明产品的改革初期已经体现了效率的提升，这主要是得益于公司在智能数据应用、加强与天猫合作、提升快反比例等方面做出的工作。另外，公司的运营更加精准，毛利率有所增长，折扣率好于去年同期。

本次双十一活动中，电商专供新款售罄率提升了，大促期间爆款的售罄率大幅度提升。公司高科技、功能性面料的产品、IP合作产品售罄表现都比较高，公司持续增加功能性商品、快反新品信息度比较高。在品类当中，羽绒服在双十一期间相较同期实现增长，由于备货更加精准，羽绒服的市占率有所提升。

二、库存情况

在2020年疫情背景之下，公司持续推动柔性供应链改革，通过可视化生产数据，对商品的生产销售进行准确迅速控制，提升库存效率。面对疫情，公司通过调整部分柔性供应链的订单，分波次开裁、下单期货订单，进一步降低公司库存，同时，通过柔性供应链的快反产品补充满足零售需求，降低期货比例，提升库存周转效率。公司库存得到有效改善，货品毛利率上升，线下直营门店商品毛利率提升高于其他渠道，零售渠道库存总体下降。

三、店铺情况

截至10月底，门店新增数量超过年初的目标，新增门店的年化平效高于老店。11月底公司在长沙市黄兴路上开设接近2000平米的旗舰店，这是最近在国内市场做的非常大的体验店，初期销售反馈很好，符合“斜杠青年”的体验感，连带率高，客单价高于全国直营门店平均水平。

今年公司成人休闲装的线下门店总数有所下降。公司关闭低效门店，开设实验性质的旗舰店，资源倾向对形象和业绩更有帮助的渠道，2021年还会有更多新开门店的机会点。

四、柔性业务试点

通过建立柔性开发、供应及运营管理机制，联合外部咨询公司优化业务流程标准，开发数字化智能决策工具，提升业务效率，建立全价值链柔性业务流程。通过上述柔性业务试点工作，试点区域的可比店零售增长率高于非试点门店，售罄率高出双位数，门店库存周转天数优于非试点区，库存结构进一步优化。

五、未来策略

1) 提升产品的有效性，不断优化人群分层及场景，设计与消费者更加匹配的产品。着重强调 on(轻商务)和 off(休闲)，把过度基础和重复 SKU 做减法，推进柔性供应链，推进科技型产品。

2) 增加产品记忆度，做好 3 年规划，将联名款、IP 款功能性产品不断优化迭代；联合品牌，落地产品设计，强化故事性与独特性，打造产品记忆度，让森马从基础人群进入到趋势人群。

3) 配合柔性供应链，增加产品上市波次，更接近消费者的体验，在品牌的定位更新上，核心价值转变为“工作玩乐/Work to play”，聚焦 95 后新青年，价值关键词转变为“快节奏，高效，随时奔跑”。

4) 在营销上会增加投入，主要发力于社交零售的拓展、私域流量的维护、增加产品记忆点。在品牌形象提升的过程中，有选定城市文化概念店，并规划新形象店铺。

5) 通过精细化运营改善门店的盈利水平，做到平效的提升。

6) 增加柔性供应链在产品中的运用，降低期货的比例，根据不同的人群做标签，细分产品时尚度，到差异化人群结构渠道中进行销售。

随后进入提问环节。

Q: 产品功能性

A: 功能性赛道除了运动品牌的推波助澜之外，功能性赛道创造出非常多的销售点、记忆点和搜索点。森马的供应链非常扎实，使用的面料材质都非常好，有功能性产品的基础，这为森马品牌做好说故事的工作提供了重要基础。在成人休闲装业务方面，未来会加大营销投入，通过 B 站、小红书、抖音等社交平台触达 95 后年轻人，传递品牌故事，在功能性基础品类上打造爆款，打造森马服饰“关键字”，从而产品出圈。这是基于过去经验和趋势得出的结论。

Q: 公司在研发设计和组织框架上变化

A: 公司在人才搭建上引进了有国际背景的人才，包括运动品牌和有高端时尚背景的设计师，同时，在外部积极寻求设计资源，在欧洲也有合作对象，并且在产品开发速度上已经有所体现，尤其是在双十一期间，在备货大幅降低的基础上仍然取得不错的销售成绩。

Q: 快反

A: 快反包括两个方面，一部分是爆款的加翻单，另一部分是上新的款式。快反要求打通供应链、设计和销售端。运营层面上公司在有限时间里不断打磨，在过去的几个月当中，公司电商和线下门店已经感受到快反商品的准确性，数据对趋势判断是比较准确的，快反能力以及贡献的销售额得到不断提升。快反可以给消费者带来好的新鲜体验感，看到更多款式，上新频率增加有助于流量导入，同时，通过智能数据打通线上、线下提高了打造商品的准确性。

Q: 森马女装

A: 线上女装的售罄率有所提升，快反是重要基石，女孩更追求款式和潮流，我们女装在开发款式和设计上有需要提升，快反会给女装业务的增长带来更多提升。女装也是森马转型机会点，增加平效的重要部分。除此，通过 TMIC（天猫新品创新中心）与趋势中心合作，主要针对购买人群，做精准营销。

Q: 未来的营销手法的规划

A: 最重要的营销还是要回归商品本身，公司有面料基础，有很好营销试点，也希望未来在素人、网红有合作空间，短视频上与 KOC、KOL 的合作还会持续推进。今年下半年，森马关注度和流量明显增多。同时，积极有担当的团队精神是推进改革的重要动力。

Q: 竞争优势

A: 相较于其他品牌有以下竞争优势：公司经过多年的发展，涉及城市区域广阔，已经深入渗透到了下沉市场，积累了许多优质合作伙伴，同时，森马也拥有多品牌矩阵来协同发展。公司在企业文化上，一直遵循董事长提出的“小河有水大河满”，这是森马人的核心价值观，在与上游供应商和下游代理商等合作伙伴的沟通上都起到积极的指导作用，使工作得以高效顺利开展。在产品定位上，公司是面向大众消费群体，再通过对人群进行细分，根据场景需求为消费者提供商品，加大营销和商品故事性，把森马品牌年轻化，进一步提升产品功能性和性价比。