

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：2021-02

| | |
|---------------|---|
| 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"/> 其他 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 见附件 |
| 时间 | 2021年3月8日 10:00-11:00; 15:00-16:00(电话会议) |
| 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） |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 就公司情况与投资者进行交流。 |
| 附件清单(如有) | 投资者活动记录 |
| 日期 | 2021年3月8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：

2021年3月8日 10:00-11:00

| | | | |
|-----|---------------|-----|----------------|
| 孙未未 | 光大证券股份有限公司 | 陈业 | 人保养老金 |
| 尚丹丹 | 创金合信基金管理有限公司 | 孔晓婷 | 社保基金 |
| 王晓明 | 淳厚基金管理有限公司 | 罗荣 | 太平洋财产保险 |
| 李超 | 大家资产管理有限责任公司 | 朱战宇 | 新华资产管理股份有限公司 |
| 王树娟 | 东方自营 | 刘勇 | 幸福人寿保险股份有限公司 |
| 姜怡 | 东吴基金管理有限公司 | 孙勇 | 银华基金管理股份有限公司 |
| 周翔 | 杭州恩宝资产管理有限公司 | 王霄霄 | 中国人寿资产管理有限公司 |
| 王寅 | 方正自营 | 何煦 | 中国人寿资产管理有限公司 |
| 于洋 | 广发证券资管 | 梁坤 | 中国再保险集团 |
| 曹海针 | 深圳广汇缘资产管理有限公司 | 赵勇 | 中国再保险集团 |
| 贺明之 | 国投瑞银基金管理有限公司 | 张敏琦 | 中金资管 |
| 刘月朋 | 和润 | 袁维德 | 中欧基金管理有限公司 |
| 杜舟 | 华宝兴业基金管理有限公司 | 徐企扬 | 中欧基金管理有限公司 |
| 罗绍武 | 华夏基金管理有限公司 | 刘伟伟 | 中欧基金管理有限公司 |
| 李湘杰 | 华夏基金管理有限公司 | 周紫光 | 中信建投基金管理有限公司 |
| 刘畅 | 宁波银行理财 | 臧怡 | 中意资产资产管理有限公司 |
| 姚一鸣 | 农银汇理基金管理有限公司 | 杨雷 | 中银基金管理有限公司 |
| 王郑 | 上海泉上投资管理有限公司 | 马姝丽 | 中邮创业基金管理股份有限公司 |
| 张延鹏 | 上海泉上投资管理有限公司 | | |

2021年3月8日 15:00-16:00

| | | | |
|-----|--------------|-----|---------------|
| 刘家薇 | 东北证券股份有限公司 | 梁莉 | 天治基金管理有限公司 |
| 朱约之 | 兴银基金管理有限责任公司 | 谭迎庆 | 华创证券有限责任公司 |
| 尹昇 | 国信证券股份有限公司 | 徐军平 | 太平洋资产管理有限责任公司 |
| 袁作栋 | 兴银基金管理有限责任公司 | 叶铮 | 中信资本 |

| | | | |
|-----|--------------|-----|--------------|
| 刘欢 | 兴证证券资产管理有限公司 | 韩雪 | 诺德基金管理有限公司 |
| 杨帅 | 华创证券有限责任公司 | 庞文杰 | 北信瑞丰基金管理有限公司 |
| 鲍明明 | 中信证券股份有限公司 | 陈鹏辉 | 浙商基金管理有限公司 |
| 梅冬羽 | 诺德基金管理有限公司 | 马力 | 深圳望正资产管理有限公司 |

电话会议活动交流内容:

2021年3月8日,公司组织了两次投资者电话会议,会议分别由光大证券分析师孙未未以及东北证券分析师刘家薇主持,包括诺德基金、兴银基金等44家机构,共53名机构代表参加了交流,公司董事会秘书宗惠春出席电话会议并与大家交流。

首先,公司董事会秘书宗惠春先生向各位参会者介绍了公司发布的2020年度业绩快报、2020年计提资产减值公告,以及今年以来的经营情况。

根据公司业绩快报,2020年度公司实现营业总收入151.67亿元,较上年同期减少21.56%;实现营业利润11.52亿元,同比减少46.47%;实现归属于上市公司股东的净利润8.02亿元,同比减少48.21%。报告期末,公司财务状况良好,总资产172.58亿元,同比增长3.83%,归属于上市公司股东的所有者权益114.90亿元,同比减少2.33%,资产负债率较低。

受疫情影响,本期营业总收入较上年同期减少21.56%,是公司归属于上市公司股东的净利润下降的主要原因。

关于公司2020年计提资产减值公告,其中存货计提减值较上年同期大幅减少,且转销金额较大,存货跌价准备减值余额较期初下降31.13%,显示出公司存货压力减轻,存货质量改善,业务竞争力进一步增强。

2021年以来,公司终端零售业务表现平稳,线上业务增长较快,特别是童装业务的线上增长幅度较大,线下业务仍在持续恢复。

我们认为,随着经济环境的改善,消费会进一步释放,服装行业在双循环经济背景下,将迎来新的发展机遇。市场资源会加快向行业头部企业集中,有利于处于优势地位的服装品牌公司更高效地整合上下游资源,巩固自身的竞争力,扩大市场份额。

Q: 市场环境

A: 近几年,休闲装市场竞争激烈,增长低迷,且成本增加,海外品牌中国

的发展也出现滞缓，疫情加剧了中小品牌与海外品牌的退出，其中：GAP 旗下 OLDNAVY 撤出中国市场，荷兰 C&A 出售了中国业务，西班牙快时尚品牌 MANGO 停止了中国市场线下开店计划，ZARA 母公司 INDITEX 则宣布 2021 年旗下 Bershka、Pull&Bear 与 Stradivarius 退出中国线下市场。从竞争格局来看，海外快时尚品牌已经过了在中国市场的黄金期。一方面，中国经济快速发展，新一代年轻消费者国民文化更加自信，推动了国潮的兴起，在一定程度上削弱了欧美时尚文化在中国本土的影响力，另一方面，受制于定价与品牌辨识度的欠缺，不少海外快时尚品牌渠道局限在一二线城市，难以有效在中国实现渠道下沉。

总体来看，行业品牌数量供给的减少，有利于现有品牌，特别是仍具规模与市场活跃度的本土品牌，对上下游议价能力的提升，未来行业集中度将继续提升。在后疫情时代，供应链、渠道、人才、资金等资源都会加速向更具号召力、特点更为鲜明的优势龙头企业和品牌集中。

Q: 童装业务情况

A: 根据权威咨询公司的研究数据，巴拉巴拉品牌 2020 年市占率 7.5%，2019 年市占率 7.3%（修订前为 6.9%）。这一数字的增长，表明童装细分市场的集中仍在持续，市场资源进一步向头部品牌集中，巴拉巴拉品牌先发优势明显，有利于巴拉巴拉整合市场资源，拓展业务，取得更好、更快的发展。

Q: 成人装业务情况

A: 公司成人装业务主要在以下几个方面做出举措：

1、提升品牌力。在品牌的定位更新上，聚焦 95 后新青年，核心价值“工作玩乐/Work to play”，价值关键词为“快节奏，高效，随时奔跑”，“追求成功”。

2、提升设计研发能力。做好中长期规划，强调产品的科技感和功能性。将联名款、IP 款功能性产品不断优化迭代，开展跨界合作，强化产品的故事性与独特性，打造产品记忆度。

3、提升产品力，主要是提升产品的有效性，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，增加产品记忆点。

4、提升供应链能力。整合供应链资源，严控产品质量，巩固加强柔性供应链建设，增加产品生产和上市批次，加强柔性供应链在产品中的运用，降低期货

的比例。

5、提升渠道零售能力。增加投入改善终端门店形象，增加投入促进销售。通过发力于社交零售拓展、私域流量维护，开拓零售渠道，发挥线上线下全渠道连动优势。推动城市文化概念店建设，规划新形象店铺布局。通过精细化运营提升平效，改善门店盈利水平。