

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：2021-04

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4月13日 10:00-11:00(电话会议)；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 2020 年报内容与投资者进行交流。
附件清单(如有)	投资者活动记录
日期	2021 年 4 月 13 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4月13日 10:00-11:00 (电话会议)

糜韩杰	广发证券股份有限公司	孙超	英大证券自营
Cecilia Tan	J. P. Morgan	孙萌	华金证券股份有限公司
Lucy Yu	美国银行	孙志斌	浙江引石资产管理有限公司
Xiaoyan Liu	千禧年管理公司	唐亮	上海东方证券资产管理有限公司
鲍明明	中信证券股份有限公司	唐圣炀	天风证券股份有限公司
贝敏	湘财基金管理有限公司	滕越	招商基金管理有限公司
蔡春红	新华基金管理有限公司	田晨曦	华创证券股份有限公司
曹粤	易方达基金管理有限公司	田野	上海元葵资产管理中心（有限合伙）
曾令仪	中泰证券股份有限公司	汪凌钰	新活力资本投资有限公司
柴必成	天风证券股份有限公司	王达	新华基金管理股份有限公司
陈春艳	上海从容投资管理有限公司	王冯	华金证券股份有限公司
丁凡	中银国际证券股份有限公司	王剑	国联安基金管理有限公司
丁诗洁	国信证券股份有限公司	王立平	申万宏源证券有限公司
房俊	上海合晟资产管理股份有限公司	王明路	汇安基金管理有限责任公司
冯自力	上投摩根基金管理有限公司	王启明	招商银行股份有限公司
付欣宇	大成基金管理有限公司	王然	东方基金
高逸云	交银施罗德基金管理有限公司	王雨丝	中泰证券股份有限公司
关竣尹	国信证券股份有限公司	王子洋	工银资管(全球)有限公司
郭彬	太平洋证券股份有限公司	卫强	上海青鼎资产管理有限公司
韩成	安信证券股份有限公司上海自营	魏杏梓	长江证券股份有限公司
韩佳伟	浙商基金管理有限公司	温晓波	禹合资产管理（杭州）有限公司
韩如铁	中铨润智资产管理（上海）有限公司	闻甲佳	中国富强金融集团（香港）有限公司
何荣珩	上海健顺投资管理有限公司	肖蒙蒙	北京凯读投资管理有限公司

何伟	金元顺安基金管理有限公司	肖璇	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	谢乐轩	西部证券股份有限公司
纪宇泽	兴业证券股份有限公司	谢振东	中信资本（深圳）投资管理有限公司
贾沛璋	浙商证券股份有限公司	徐晗	广发证券股份有限公司
贾婷婷	淡水泉（北京）投资管理有限公司	杨春燕	东方证券股份有限公司
贾雨朦	星泰投资股份有限公司	杨欣	国金证券股份有限公司
姜怡	东吴基金管理有限公司	杨焯	淡水泉（北京）投资管理有限公司
解睿	深圳前海汇杰达理资本有限公司	杨莹	国盛证券股份有限公司
赖雪文	国联安基金管理有限公司	杨宇东	开源证券研究所
李婕	国金证券股份有限公司	姚咏絮	上海明河投资管理有限公司
李林霖	上海聆泽投资管理有限公司	叶铮	中信资本（深圳）投资管理有限公司
李滢	万联证券股份有限公司	于旭辉	长江证券股份有限公司
林嘉雯	深圳山石基金管理有限公司	詹妮	华泰证券股份有限公司
刘含	北京汉和汉华资本管理有限公司	张超	平安资本有限责任公司
刘家薇	东北证券股份有限公司	张钊沅	上海宽奇资产管理有限公司
刘俊	中海基金管理有限公司	张昆	东吴基金管理有限公司
刘丽	招商证券股份有限公司	张凌鹏	泽泉投资管理有限公司
刘路浩	浙江前川投资管理有限公司	张峦	华安基金管理有限公司
刘佩	申万宏源证券有限公司	张婷婷	大连通和投资有限公司
刘田田	东兴证券股份有限公司	张芷潇	富荣基金管理有限公司
刘伟伟	中欧基金管理有限公司	张紫凤	中天国富证券有限公司
刘贤朝	美国银行	赵巍华	中信资本（深圳）投资管理有限公司
刘悻	民生加银基金管理有限公司	赵越峰	东方证券股份有限公司
罗荣	太平洋资产管理有限责任公司	郑逸坤	中信证券股份有限公司
罗艺鑫	华泰证券股份有限公司	周雷	国元证券股份有限公司
孟慧	逸桦（香港）有限公司（金华阳）	周文怡	长城证券股份有限公司
平淑娟	深圳本地资本管理有限公司	周瑛	杭州睿银投资管理有限公司
钱旖昕	中国人保资产管理有限公司	周瑜	德邦证券股份有限公司
邱子腾	金鹰基金管理有限公司	周宇	农银汇理基金管理有限公司

沈杰	浙江巽升资产管理有限公司	朱斌	上海准锦投资管理有限公司
沈锦婷	汇安基金管理有限责任公司	朱炎	东方证券股份有限公司
盛开	海通证券股份有限公司	刘梦连	进门财经
石林	德邦证券股份有限公司	刘小瑛	西藏源乘投资管理有限公司
宋文慧	中国国际金融股份有限公司		

2021年4月13日 15:00-16:00 (电话会议)

孙未未	光大证券股份有限公司	盛开	海通证券股份有限公司
鲍明明	中信证券股份有限公司	梁希	海通证券股份有限公司
郑逸坤	中信证券股份有限公司	丁诗洁	国信证券股份有限公司
宋文慧	中国国际金融股份有限公司	刘家薇	东北证券股份有限公司
Lucy Yu	美国银行	詹陆雨	浙商证券股份有限公司
Xianchao	美国银行	戴小西	招银国际资管
Liu			
张凌鹏	泽泉投资管理有限公司	王树娟	东方证券自营
纪宇泽	兴业证券股份有限公司	王宇轩	富敦投资
汲肖飞	信达证券股份有限公司	刘悻	民生加银基金管理有限公司
柴必成	天风证券股份有限公司	姜怡	东吴基金管理有限公司
求佳峰	申万宏源证券有限公司	高慎之	易方达基金
王立平	申万宏源证券有限公司	王晗	中国银行股份有限公司
Hao Qin	中国银行股份有限公司	龚海刚	上海若川资产管理有限公司
吕明	开源证券研究所		

电话会议活动交流内容:

2021年4月13日,公司组织了投资者电话会议,会议分别由广发证券纺织服装行业首席分析师糜韩杰和光大证券纺织服装行业首席分析师孙未未主持,包括国信证券、申万宏源、新华基金、淡水泉等109家机构,共128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年度报告的主要内容。

森马服饰主要经营以森马品牌为代表的成人休闲服饰和以巴拉巴拉品牌为

代表的儿童服饰两大服饰品牌集群。森马品牌创立于 1996 年，定位以休闲服饰为主的大众日常生活方式品牌，为以 18-35 岁为核心的大众消费者提供有品质、有颜值、充满亲和力的服饰及生活所需的产品和服务。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。

2020 年，新冠肺炎疫情在全球爆发，世界经济发展承受巨大压力，国内零售行业及服装产业受到冲击和不利影响。受此影响，公司营收和利润同比下降，公司针对新形势新环境，采取了一系列举措，加强零售管理、推进柔性供应链建设、促进企业数字化转型、强化财务管控，从品牌、渠道、商品等方面巩固公司核心业务竞争力，工作成效显著，公司存货、现金流等关键财务指标明显改善。

2020 年，公司实现营业收入 152.05 亿元，较上年同期减少 21.37%；实现营业利润 11.05 亿元，同比减少 48.65%；实现归属于上市公司股东的净利润 8.06 亿元，同比减少 48.00%。截至 2020 年 12 月 31 日，公司总资产 171.70 亿元，净资产为 114.73 亿元。

一、各季度主要财务指标

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	27.38 亿元	29.96 亿元	37.16 亿元	57.55 亿元
归属于上市公司股东的净利润	1748.25 万元	411.38 万元	19432.58 万元	58975.60 万元
经营活动产生的现金流量净额	-2.42 亿元	7.73 亿元	14.67 亿元	24.58 亿元

分季度来看，营收、利润、现金流均呈现出逐季改善状态，至第四季度，单季营收 57.55 亿元，利润 5.90 亿元，基本恢复正常水平。

二、存货

2020 年，公司一方面积极拓展电商、新零售等线上渠道去库存化，另一方面根据疫情环境变化及销售预期合理规划商品采购规模及结构，存货管理取得显著成效。截至报告期末，公司的存货账面价值 25.01 亿元，较上年同期 41.09 亿元，下降 39.13%。存货中，一年以内的存货占比 77.47%。存货压力减轻，存货质量明显改善。

三、现金流

2020年，公司经营活动产生的现金流量净额44.57亿，较上年同期16.77亿元，增长165.77%。公司现金流明显改善，净额大幅增长，主要是由于本期优化对供应商货款的支付方式，新增买方付息银行承兑汇票的方式，使得公司购买货品的现金流支出大幅度下降所致。

另，公司报告期，期末现金及现金等价物余额50.47亿元，理财产品余额29.00亿元。

良好的现金流和充足的现金储备，为公司持续健康发展打下坚实基础。

四、店铺

截止报告期末，公司店铺数量8725家，其中休闲装店铺3091家，童装店铺数量5634家。

2020年，零售业实体店的经营受到疫情影响较大，对此，公司加大线上业务开发与投入，积极调整店铺结构，关闭盈利能力较弱的店铺，公司现有业务的店铺净减少831家，占比8.70%。

五、休闲装、童装、电商

报告期，公司休闲服饰营业收入49.57亿元，同比下降24.26%，业务占比为32.60%。公司儿童服饰营业收入101.32亿元，同比下降19.99%，业务占比为66.64%。浙江森马电子商务有限公司营业收入57.12亿元，同比增长10.21%。

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，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。2021年，公司将迎来全面恢复和发展。

随后进入提问交流环节。

Q：财务费用变动及未来趋势。

A：财务费用增长主要系本期银行承兑汇票贴息增加所致。疫情期间，实体经济受到冲击，金融行业对实体经济有政策支持。同时，公司在日常经营中优化供应商货款支付方式，新增买方付息银行承兑汇票的方式，使得公司购买货品的现金流支出大幅度下降，经营活动产生的现金流量净额增加。这部分资金可以用

于公司的日常经营活动的周转，有助于公司效益的增长，闲置的资金又可以用于理财和业务发展的投入，为未来发展打下坚实基础。未来，公司将继续运用买方付息银行承兑汇票等方式，财务费用不会有持续性的高增长。

Q: 对于童装市场发展的看法以及巴拉巴拉未来发展战略

A: 根据机构统计及预测数据，2020年中国童装市场规模达到2,291.96亿元，2015-2020年国内童装市场年复合增长达到10.4%，是服装行业中增长最快的赛道之一。巴拉巴拉品牌所处的童装行业处景气发展阶段，过去几年长期保持较高增速。未来中国童装市场受消费升级和人口政策等因素影响，呈现快速发展的特征，众多服饰品牌纷纷进入童装市场，市场竞争加剧可能给公司儿童服饰业务的发展带来不确定的风险。市场竞争加剧有利于优秀的头部品牌脱颖而出，能够促进市场份额集中度快速提升。

未来，公司儿童业务在运营端，不断创新运营模式，针对各品牌目标消费者以及不同消费场景，在不同渠道差异化地投放产品，满足不同人群的消费需求。在产品端，开展深入的消费者洞察，充分运用森马电商的会员数字资产，提升线下消费者调研；深化年度、季度由品牌总经理负责制，完善产品创意企划、设计、营销、销售一体化工作模型；注重产品创意创新，整合全球前沿时尚趋势和设计理念，结合儿童心理和审美认知，打造品牌DNA的原创产品，不断拓展产品风格线、跨界IP联名款以及进行色彩图案创新；以材料作为驱动，不断升级面料功能、版型工艺，为全球儿童创造更加舒适、安全和高品质的生活方式产品。在品牌端，围绕不同品牌的定位，打造差异化的价值创造，为消费者提供独特的品牌体验与情感；开展全域品牌营销，运用线上线下多触点，开展圈层触达与会员运营，打造超级品牌日；提升实体门店的购物体验、优化线上，打造品牌全域一致性体验。

Q: 联营店铺

A: 公司的联营店铺既有我们和加盟商开展的联营业务，也有和商场开展的联营业务，也有一部分是类直营业务。目前，公司线下业务主要仍以加盟业务模式为主。

Q: 实体门店情况

A: 公司对门店的绝对数量没有粗放扩张的追求，我们更注重开店的质量。

经过不断优化，公司已建立多个不同面积的标准店铺模型。同时公司也会开设一些大型门店，开展一些业务的试点和探索，同时大型门店也兼具广告宣传作用。2020 年公司店铺情况是有所波动的。但从长期来看，公司上市以来到现在，公司门店平均面积都在稳步提升中。未来，随着公司店铺模型持续优化，公司门店面积还会有提升。

Q: 费用的变化

A: 公司在疫情期间对费用进行严格管控。随着零售环境的恢复，为了促进业务发展，费用在营收持续增长的情况下会有所加大，与营业收入相匹配。

Q: 如何提升加盟门店的平效

A: 门店的平效是一个店铺的核心经济指标。公司一直从多维度开展工作，提升店铺平效，包括加强零售管理，增加培训，培养团队，赋能加盟商；提升产品力，提供让消费者满意的产品；选址合理，持续优化标准店面模型。

Q: 研发费用

A: 2020 年公司研发费用减少主要是由于出售法国业务所致。公司重视面料和产品的科技感，近年来持续加大研发力度，从人员、设备、环境以及对外合作等多方面，提高公司产品研发和设计创新能力，保持公司产品领先时尚、高性价比，具有较强的竞争力。

Q: 儿童服饰业务毛利率

A: 关于童装业务毛利率的差异，主要是公司在报告期执行新收入准则，将与合同履行相关的运费由销售费用调整至营业成本，因儿童服饰业务规模占比较大，相应增加成本较多，导致儿童服饰毛利率变动，与 2019 年的数据可比性不强，按照 2019 年的可比口径测算，境内儿童服饰业务的毛利率同比略有上升。

Q: 线上业务的发展趋势？

A: 公司线上业务营收超过 50 亿元。公司培养了一只强有力的线上运营队伍，随着线上业务发展，我们也发现几个趋势：1) 随着引流成本逐步上升，最终线上线下的成本和盈利水平正在趋同；2) 渠道多元化，公司会在不同渠道、不同平台开店，在更多模式下销售，包括直播等，这给线上业务发展提供了新的发展机会。3) 门店在线业务，也为线上销售带来新的增长机会。

Q: 前五大加盟商合计销售 6 亿元，现在是否有二级加盟商？

A: 公司有一级加盟商和二级加盟商。

Q: 未来三年人力资源战略?

A: 构建专业团队、储备干部、完善激励制度,尤其是建立以股权激励为主的中长期激励制度。

Q: 业务中台建设介绍?

A: 股份公司继续完善供应链中台、新零售中台和数字中台三大业务运营中台,以中台赋能事业部的具体业务,提升公司的整体效率。

优化供应链中台,重点完善材料集中采购实现降本,扩大公司级面料的创新及推广运用,进一步赋能柔性供应链的供应商,提升供应商产品交付能力。

优化数字中台,导入消费者洞察工具,推动品类和新品增长;推动 PLM 等系统优化,支持股份公司战略目标实现;从打破全域数据壁垒,到进一步加速全域数据共享、共用、共运营;继续推动流程变革机制建设,提升管理类流程,优化价值链流程。

优化新零售中台,通过数据运营,聚焦机会渠道、机会品类、机会人群,捕捉主力品牌增长机遇;打造全域触点,通过电商赋能线下直播;通过共创共识会,推动组织协同。

Q: 天猫平台的交易金额的统计口径。

A: 是 GMV。