

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：2021-05

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15日 10:00-11:00(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） 金晶（首席信息官）
投资者关系活动主要内容介绍	就公司 2021 年一季报业绩预告与投资者进行交流。
附件清单(如有)	投资者活动记录
日期	2021 年 4 月 15 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15日 10:00-11:00 (电话会议)

李婕	国金证券股份有限公司	万力	中信保诚资产管理有限责任公司
QianYao	J. P. Morgan	王达	新华基金管理股份有限公司
Yibowu	J. P. Morgan	王冯	华金证券股份有限公司
鲍明明	中信证券股份有限公司	王浩	国泰基金管理有限公司
曾令仪	中泰证券股份有限公司	王康佳	鹏华基金管理有限公司
陈杨	华海财产保险股份有限公司	王理廷	宝盈基金管理有限公司
陈颖	敦和资产管理有限公司	王立平	申万宏源证券有限公司
丁诗洁	国信证券股份有限公司	王树娟	东方证券自营
杜维吾	五矿资本股份有限公司	王思丹	浙江巽升资产管理有限公司
冯涛	上海重阳投资管理股份有限公司	王雨丝	中泰证券股份有限公司
顾宝成	华宝信托有限责任公司	魏杏梓	长江证券股份有限公司
关竣尹	国信证券股份有限公司	吴永辉	申万宏源证券有限公司
韩文强	景顺长城基金管理有限公司	向红旭	深圳尚诚资产管理有限公司
黄培锐	中信资本(深圳)投资管理有限公司	谢泽林	嘉实基金管理有限公司
纪宇泽	兴业证券股份有限公司	徐企扬	中欧基金管理有限公司
贾腾	浙商基金管理有限公司	徐小明	永安国富资产管理有限公司
贾雨朦	星泰投资股份有限公司	薛康	深圳兰权资本管理有限公司
解茹	上海顶天投资有限公司	杨杰	长江资管有限公司
李更	泰达宏利基金管理有限公司	杨军	国元证券自营
李明阳	圆信永丰基金管理有限公司	杨欣	国金证券股份有限公司
李威	东方证券股份有限公司	杨莹	国盛证券股份有限公司
李晓杰	华夏久盈资产管理有限责任公司	姚咏絮	上海明河投资管理有限公司
李滢	万联证券股份有限公司	叶铮	中信资本(深圳)投资管理有限公司
梁希	海通证券股份有限公司	殷杰	银石投资

林淼	五矿资本股份有限公司	于旭辉	长江证券股份有限公司
刘家薇	东北证券股份有限公司	臧怡	中意资产资产管理有限公司
刘伟伟	中欧基金管理有限公司	詹妮	华泰证券股份有限公司
刘笑言	千禧基金	张骋	上海若川资产管理有限公司
龙杰	广东筠业投资有限公司	张磊	招商基金管理有限公司
楼枫焯	宁波幻方量化投资管理有限公司	张凌鹏	泽泉投资管理有限公司
罗佩雅	宁波达蓬资产管理中心（有限合伙）	张峦	华安基金管理有限公司
罗艺鑫	华泰证券股份有限公司	张宁	上海少藪派投资管理有限公司
吕丹	广发证券股份有限公司	张寓	天弘基金管理有限公司
马绮雯	信达澳银基金管理有限公司	张振宇	上海瓦洛兰投资管理有限公司
糜韩杰	广发证券股份有限公司	赵宇	太平养老保险股份有限公司
潘江	金元顺安基金管理有限公司	赵越峰	东方证券股份有限公司
钱鑫	泰信基金管理有限公司	郑一鸣	中信证券股份有限公司
舒强	中欧基金管理有限公司	郑逸坤	中信证券股份有限公司
宋文慧	中国国际金融股份有限公司	钟功焕	上汽顾臻(上海)资产管理有限公司
苏邵许	北京华章德远资产管理有限公司	钟华	深圳市紫金港资本管理有限公司
孙萌	华金证券股份有限公司	周孟华	武汉昭融汇利投资管理有限责任公司
孙未未	光大证券股份有限公司	周宇	农银汇理基金管理有限公司
唐圣炀	天风证券股份有限公司	朱斌	上海准锦投资管理有限公司
滕兆杰	上海紫阁投资管理有限公司	朱益青	国投瑞银基金管理有限公司
田晨曦	华创证券股份有限公司		

### 电话会议活动交流内容:

2021年4月15日,公司组织了投资者电话会议,会议由国金证券副所长、消费中心负责人李婕主持,包括国泰基金、中欧基金、嘉实基金等73家机构,共89名机构代表参加了交流,公司董事会秘书宗惠春和首席信息官金晶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2021年一季报业绩预告的主要内容。公司2021年第一季度预计实现归属于上市公司股东的净利润3.2亿元至3.8亿元,比上年同期增长1730.40%-2073.60%。业绩增长的主

要原因包括公司 2020 年第一季度业绩受疫情影响，基数较低；2021 年一季度，公司业务恢复增长。

随后进入提问交流环节。

Q：公司近年来一直持续数字化建设，请综合介绍下公司现在信息化建设情况以及对公司业务的积极作用。

A：公司的数字化中台的建设主要分为三个阶段：第一阶段为业务信息化，主要目标夯实数字化基础，通过各种设施的建设，赋能代理商和供应商，拉动产业链共同发展。第二阶段为业务数字化，以数字化能力目标，提升平台赋能的能力。第三个阶段为业务智能化，通过数据的分析和商品分析，提升全域数字化业务产出。

2020 年，我们的工作重点在业财一体化、供应链系统、数字门店建设、数据业务中台等项目。1) 打造财务、业务和供应链相结合的三位一体的平台，将原有的 ERP 平台转化成数字化中台。2) 持续优化供应链系统。通过持续整合和优化供应链系统，将最佳实践的经验输出并且赋能创新业务，这一部分还包括最近尝试用人工智能和大数据优化门店的铺货和运营，可以提升商品周转效率、全价售罄百分比、当季运营效率。总的来看，可以用技术和数字化手段大规模降低业务团队手工作业和主观判断，将更多的时间可以用策略分析上。3) 数字化门店。目前我们打造数字门店工具“超级入口”，之前在不同的平台有很多 app，去年通过整合集中在企业微信入口，入口有 7 个模块：全渠道、导购助手、店务管理、消费者洞察、经营分析、社群营销等。这个已经推广到超过 7000 家门店，同时上线了超过 20000 个导购和店长，工具每天的使用人次超过 22W，内部沟通群和外部社群营销群合计超过 6600 个。这些数字表明所有的活动都集中在统一平台上，助力运营效率提升和新零售社群营销增长。4) 数据中台：把公司 To B 的数据，例如商品、运营、财务以及供应链数据同 To C 的消费者数据结合在一起，分析关键因子，提升商品力和品牌力。5) 提升运营效率，加快决策速度，更快的反应和捕捉市场机会。

Q：数字化推进过程中的挑战

A：挑战可以用“人、效率和技术”这几个关键词概括。1) People 人。数字化的关键发力在于人员，对于业务人员的能力培养，员工对于数字化的思考，

需要围绕消费者的思维方式进行思考。2) Productivity 生产效率。数字化提高所有环节的效率，包括决策、运营、研发等，商品的洞察越贴近消费者，可以紧跟市场，品牌的能力就会越强。这一部分难点来自于业务的挑战。3) Technology 技术方面。技术本身为了业务价值服务，希望通过技术打通整个价值链。

Q: 童装领域竞争格局

A: 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，随着人口结构趋势的变化以及众多服饰品牌纷纷进入童装市场等因素，市场竞争加剧。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。在疫情期间，有部分的品牌倒下，释放出市场空间和份额，市场格局将被重新分配。后疫情时代，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，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。公司有大量的资金储备，在整合资源过程中，拥有更多的话语权，可以吸引到更好的供应商和加盟商，有机会占有更多的市场份额。我们正视市场的激烈竞争，也会继续发挥品牌、供应链、团队、渠道等方面的优势直面挑战。

Q: 2021 年开店规划

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，重视提升店铺运营效率。

Q: 公司库存管控的整体策略

A: 公司追求存货质量持续改善，目前的库存结构仍然有改善的空间，疫情期间我们取得了好的效果，之后会继续延续这个思路提升库存质量，从结构和绝对数字进行高效管理。数字化的推进对于存货的管控质量和效率的提升也会有帮助。

Q: 公司目前品牌矩阵的构成以及 minibala、马卡乐等品牌情况

A: 公司 2020 年度报告中对公司自有品牌、合作品牌、被授权品牌的品牌建设情况有详细的描述。其中，公司培育的品牌中，马卡乐和 minibala 品牌成长力和业绩表现最强。minibala 是线上品牌，面向 0-7 岁婴幼儿及新生代家庭，

凭借面料的安全性和舒适度增长迅速，亲子装蝉联天猫行业细分类目第一。马卡乐品牌，既有线上也有线下业务，专注于 0-7 岁婴幼儿服饰领域的发展。这两个品牌都是童装矩阵中重要的组成部分。

Q: 代理商对于智能设备的接受和运营情况

A: 代理商非常欢迎。之前代理商没有统一的工具，运营效率和质量也是参差不齐，我们通过数字化系统工具标准化输出帮助代理商提升运营能力，可以帮助加盟商分析消费者来源、消费者贡献和商品布局等数据。目前，加盟商希望公司能到全国各地进行培训和指导，通过数字化团队和业务团队共同合作赋能代理商。

Q: 运营效率提升展望以及优化管理措施

A: 公司 2021 年重点工作，包括完善三大业务运营中台、组织建设和人才发展等工作。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；推动商品生命周期等系统优化，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: 代运营

A: 目前代运营业务处于起步以及尝试阶段，规模非常小。公司自己的品牌会找一些直播团队等第三方开展代运营合作。

Q: 目前期货和现货的占比情况

A: 公司一直重视提升供应链能力，通过整合供应链资源，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，目前期货现货比例不会有明显变化，未来，随着业务能力的提升，期货

的比例会逐步降低。