

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：2021-11

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8月31日 上午 10:00-11:30（电话会议） 2021年9月1日 上午 9:00-10:00（电话会议） 2021年9月1日下午 3:00-4:00（现场调研）
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） 潘丽（财务共享中心总监）
投资者关系活动主要内容介绍	就公司 2021 年半年度报告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 9 月 1 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：

时间：2021年8月31日 上午 10:00-11:30（电话会议）

于旭辉	长江证券股份有限公司	Carson Fan	摩根大通
徐企杨	中欧基金管理有限公司	Qian Yao	摩根大通
刘伟伟	中欧基金管理有限公司	宫清源	安信证券股份有限公司
姜怡	东吴基金管理有限公司	才典	北京东方睿石投资管理有限公司
阳靖	东吴证券股份有限公司	姚永华	大朴资产管理有限公司
吕诺	东兴证券股份有限公司	刘家薇	东北证券股份有限公司
孙未未	光大证券股份有限公司	王树娟	东方证券投资总部
蒋倩仪	广发证券股份有限公司	唐亮	东方证券资产管理有限公司
王雅惟	国华人寿保险股份有限公司	袁郡	东海基金管理有限责任公司
倪赵义	国金证券股份有限公司	孙萌	华金证券股份有限公司
杨莹	国盛证券股份有限公司	王冯	华金证券股份有限公司
徐科益	国泰基金管理有限公司	詹妮	华泰证券股份有限公司
徐治彪	国泰基金管理有限公司	王舒晗	华泰证券（香港）股份有限公司
张爱宁	国泰君安证券股份有限公司	沈锦婷	汇安基金管理有限责任公司
陈瑶蓉	国信证券股份有限公司	周宇	农银汇理基金管理有限公司
周雷	国元证券股份有限公司	王修宝	平安基金管理有限公司
赵冰沙	海富通基金管理有限公司	詹陆雨	浙商证券股份有限公司
盛开	海通证券股份有限公司	曾令仪	中泰证券股份有限公司
谷雨	华宸未来基金管理有限公司	陈泉	中泰证券股份有限公司
甘承媛	汇信资本投资管理（深圳）有限公司	王雨丝	中泰证券股份有限公司
侯斌	金元顺安基金管理有限公司	张蕾	中泰证券资产管理有限公司
马银雪	进门财经科技股份有限公司	郑逸坤	中信证券股份有限公司
韩文强	景顺长城基金管理有限公司	黄垲锐	中信资本（深圳）投资管理有限公司
孙雪婉	景顺长城基金管理有限公司	贾雨朦	星泰投资管理有限公司

杨宇东	开源证券股份有限公司	纪宇泽	兴业证券股份有限公司
姚咏絮	上海明河投资管理有限公司	孙勇	银华基金管理股份有限公司
方美玲	上海尚雅投资管理有限公司	张凌鹏	泽泉投资管理公司
王申	上海银湖资产管理有限公司	谢璐	中华联合财产保险股份有限公司
刘佩	申银万国证券股份有限公司	李滢	万联证券股份有限公司
求佳峰	申银万国证券股份有限公司	李文	信诚基金管理有限公司
王宏州	深圳尚诚资产管理有限公司	唐圣炀	天风证券股份有限公司
王安琪	腾跃基金		

时间：2021年9月1日 上午 9:00-10:00(电话会议)

于旭辉	长江证券股份有限公司	吴张爽	华泰资产管理有限公司
刘伟伟	中欧基金管理有限公司	张敏琦	中国国际金融股份有限公司
申坤	国泰基金管理有限公司	林嘉雯	恒大人寿保险有限公司
吴丰树	华安基金管理有限公司	杨涛	NTF Asset 新同方资管
蒋蛟龙	东方证券资产管理有限公司	郑日	中泰证券资产管理公司
胡筱	大家资产管理有限责任公司	王达	观富（北京）资产管理有限公司
陈晴	国开泰富基金管理有限责任公司	鲍明明	中信自营
林健敏	湘财基金管理有限公司	尹昇	国信证券投资管理总部
官忠涛	北信瑞丰基金管理有限公司	孙好	招商证券资产管理有限公司
李训勇	幸福人寿保险股份有限公司	项春民	荣源鼎丰（珠海）资产管理有限公司
赵冰沙	海富通基金管理有限公司	薛一品	中金公司资产管理部
韩文强	景顺长城基金管理有限公司	王修宝	平安基金管理有限公司

时间：2021年9月1日下午 3:00-4:00(现场调研)

王家欢	晋达资产管理香港有限公司
-----	--------------

电话会议活动交流内容：

森马服饰于2021年8月31日披露了2021年半年度报告，8月31日及9月1日，公司组织了投资者交流电话会议，会议由长江证券纺织服装行业首席分析师于旭辉主持，包括国泰证券、景顺长城、摩根大通等71家机构代表共88人次参加了交流，公司董事会秘书宗惠春、财务共享中心总监潘丽出席电话会议并与大家交流。

一、简介

森马服饰创建于 2002 年，是一家以虚拟经营为特色，以休闲服饰、儿童服饰为主导产品的企业集团，旗下拥有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。随着消费市场的进一步扩大以及资源向优势企业集中，森马品牌和巴拉巴拉品牌在现有竞争优势的基础上，将迎来进一步的发展机遇。

二、主要经营情况

2021 年上半年，公司依托数字化进程及阶段性成果，在商品企划、产品研发、品牌运营，生产组织及成衣采购、零售管理等业务环节，继续提高精细化管理水平，强化线上线下融合，重点推进新零售业务的开展，注重业务质量的提升。公司营收利润得以快速恢复，在净现金流、存货、毛利率、理财业务等方面均持续改善，业务能力和财务质量进一步提升。

2021 年 1-6 月，公司实现营业总收入约 65.16 亿元，较上年同期增长 13.65%；实现营业利润 8.87 亿元，同比增长 548.67%；实现净利润 6.65 亿元，同比增长 2980.24%。截至 2021 年 6 月 30 日，公司总资产为 173.55 亿元，归属于母公司所有者的净资产为 115.53 亿元。

公司于 2020 年 9 月初，完成了出售剥离法国 KIDILIZ 集团业务，为了使业务具有可比性我们会剔除相关因素，按照现有业务的可比口径，就相关数据进行整理和说明。

主要财务数据和财务指标

1、营业收入（相关数据与财报存在差异为四舍五入所致，下同）

2021 年半年报营业收入 65.16 亿元，较 2020 年半年报 57.34 亿元，同比增长 7.82 亿元，增长 13.65%；较 2019 年半年报 82.19 亿元，同比下降 17.03 亿元，下降 20.72%；

现有业务同口径（不含公司原有法国业务且把 2021 年上半年调整为净额法收入），2021 年上半年调整为净额法的营业收入为 63.26 亿元（比总额法减少 1.90 亿元），同比 2020 年 48.96 亿元增加 14.29 亿元，增长 29.19%；较 2019 年上半年 67.15 亿元，减少 3.90 亿元，下降 5.80%。

2、净利润

2021 年半年报净利润报为 6.65 亿元，较 2020 年半年报 0.22 亿元增加 6.44 亿元，增长 2,980.24%，较 2019 年半年报 7.22 亿元减少 0.57 亿元，下降 7.88%。

现有业务可比口径（不含公司原有法国业务），2021 年上半年净利润为 6.65 亿元，较 2020 年上半年 3.59 亿元增加 3.06 亿元，增长 85.22%；较 2019 年上半年 8.29 亿元减少 1.64 亿元，下降 19.79%。

3、扣非净利润

2021 年半年报扣非后的净利润为 6.13 亿元，较 2020 年半年报-0.55 亿元增长 6.68 亿元；较 2019 年半年报 6.69 亿元减少 0.56 亿元，降幅 8.34%。

现有业务可比口径（不含公司原有法国业务），2021 年上半年扣非净利润为 6.13 亿元，较 2020 年上半年 2.83 亿元增加 3.30 亿元，增长 116.82%；较 2019 年上半年 7.76 亿元减少 1.63 亿元，下降 21.01%。

4、经营活动净现金流

2021 年半年报经营活动净现金流为 8.89 亿元，较 20 年半年报 5.31 亿元增加 3.58 亿元，增长 67.27%；较 2019 年半年报-4.18 亿元增长了 13.07 亿元。

现有业务可比口径（不含法国且剔除租赁准则影响），2021 年上半年经营活动净现金流为 7.46 亿元，较 2020 年上半年 4.19 亿元增加 3.26 亿元，增长 77.86%；较 2019 年上半年-2.99 亿元同比增加 10.45 亿元。

5、毛利率

2021 年半年报毛利率为 44.14%，较 2020 年半年报同比增加 1 个百分点。

现有业务可比口径（不含法国且剔除租赁准则影响），2021 年上半年毛利率为 43.58%，较 2020 年同比增加 3.64 个百分点。其中：

休闲服饰：

2021 年上半年毛利率为 43.55%，较 2020 年同比增加 8.54 个百分点。

现有业务可比口径（不含法国且剔除租赁准则影响），2021 年上半年毛利率为 40.79%，较 2020 年同比增长 5.78 个百分点。

儿童服饰:

2021 年半年报毛利率为 44.48%，较 2020 年同比下降 2.53 个百分点。

现有业务可比口径（不含法国且剔除租赁准则影响），2021 年上半年毛利率为 45.08%，较 2020 年同比增加 2.17 个百分点。

三、现金分红

公司董事会审议通过半年度分红预案：以公司未来利润分配实施时确定的股权登记日的股本总额为股本基数，以可供股东分配的利润向全体股东每 10 股派发 2.50 元现金红利(含税)，2021 年半年度公司不进行送股及资本公积金转增股本。

公司在过去十年，2011—2020 年累计净利润：119.41 亿元；累计分红：78.70 亿元；分红率：65.91%。

如果本次分红预案被股东大会审议通过，公司 2011-2021H1 累计净利润：126.06 亿元；累计分红：85.44 亿元；分红率：67.77%。

公司尊重投资者的利益，希望在良好业绩基础上，实现长期稳定分红，回报投资者。

四、库存、店铺情况

1、库存:

存货账面价值：27.11 亿元，环比期初增加 8.41%，主要系销售增加相应备货增加；比上年同期下降 31.48%，主要是因为上年同期数据包括法国业务的影响，以及公司加强库存管理所致。

存货期末余额：32.23 亿元，环比期初增长 6.27%，比上年同期下降 31.88%，同比 2019 年半年报现有业务可比口径下降 16.58%。其中大部分为一年以内的货品，占比 78.94%，1-2 年的货品占比 18.92%，2-3 年及 3 年以上货品占比 2.15%。存货周转天数从 2020 年年末 133 天缩短至 129 天，存货结构和质量较为健康。

2、店铺:

公司采取直营与加盟相结合、线上与线下互补的多元化营销网络发展模式。截至 2021 年 6 月 30 日，公司已在全国各省、自治区、直辖市及海外建立了 8733 家线下门店，与期初数 8725 家相比基本持平。其中，直营 722 家，加盟 7678 家，联营 333 家。按照不同产品业务划分，休闲服饰店铺 3128 家，儿童服饰店铺 5605 家。同时，公司在淘宝、天猫、唯品会等国内知名电子商务平台建立了线上销售渠道。

五、上海产业园改扩建项目

公司计划改扩建现有上海产业园仓储物流区域，项目计划投资 10.06 亿元。

本项目坐落于全国科技时尚特色小镇上海市吴淞镇。近年来，吴淞镇区域经济密度不断提高，核心创新能力显著增强，重点区域转型成效明显，营商环境不断优化。未来，吴淞镇将在服装服饰、文化创意等多个产业中形成优势明显、特色突出、竞争力强的产业分支，时尚产业集聚度强，发展潜力大。本项目毗邻上海地铁 15 号线元江路站，随着上海地铁 15 号线的开通，本项目周边地区交通配套和商业配套进一步完善，商业环境更加成熟，时尚产业的发展前景广阔。同时，考虑到公司嘉兴、温州等地的物流园能满足现在以及未来一段时间的物流需求，因此，为了提升公司提高土地使用价值，进一步提升公司资产质量，满足公司业务发展对办公、研发所需物业资源与环境的需求，构建公司未来的“国际总部”、“时尚总部”、“创业总部”，推动业务稳健发展，从而实现良好的经济效益。本次项目建设使用自筹资金，不会对公司正常运营资金产生重大影响。若未来项目顺利实施则有助于增强和提升公司的综合竞争力和盈利能力。

今年上半年，社会经济环境复杂多变，零售环境不够稳定，局部地区的业务仍受到疫情的困扰。

下半年，我们认为局部的疫情波动仍然会影响零售环境，疫情对服装行业的恢复与增长可能会带来暂时的困难，服饰零售业务需要适应新环境，不断实现突破与创新。从长期看，中国防疫措施及成效显著，经济发展环境逐渐恢复，行业整体发展与进步还会继续。

我们认为，随着社会经济的发展，消费升级持续演进，年轻人对中国传统文化的认同和爱国热情空前高涨，服饰消费正在从物质消费向精神文化消费转化。国民品牌的觉醒和崛起迎来历史性的机遇。未来，具有高尚道德、丰富文化内涵、承担更多社会责任的品牌和产品将更好地吸引新时代年轻人的心智，赢得消费者的认同和信赖。公司正在把握当下宝贵的发展机遇，以企业文化赋能品牌升级，深挖中国传统文化与品牌的契合，向市场提供优质产品，满足消费者多元的服饰文化生活的需求，持续推动公司成为一家令人尊敬的时尚服务企业，为推动产业发展和国民品牌的崛起，实现国民品牌向民族品牌的跨越贡献智慧和力量。

交流环节：

Q：公司半年的亮点主要是：国内现有业务可比口径下，收入、利润、经营活

动净现金流较上年同期均有较好的恢复性提升,其中利润和现金流表现得尤为明显,现金流同比 2019 年半年报增长也很明显,反映了公司的业务比较健康。不足之处在于:同口径下,收入、利润未能达到 2019 年半年报水平,就是说和疫情之前还有一定差距,特别是净利润的差距明显比营收的差距大,公司认为主要原因或影响因素有哪些?

A:正如您所言,国内现有业务可比口径下,收入同比 2019 年上半年下降 5.80%,主要原因是今年上半年消费市场及零售环境还是处于恢复阶段,仍然受到局部地区疫情的困扰,客流和消费意愿还在恢复的过程中。

另外,与 2019 年现有业务可比口径相比,归属于上市公司股东的扣非后的净利润下降 21.01%;收入和净利润下降幅度存在差异的原因主要是:2021 年半年度费用较 2019 年同期增加 1.28 亿元,费用增加主要系本期加大了线上线下广告流量投入,同时也加大了品牌建设投入以及公司薪酬劳务增加所致;广告宣传费较 2019 年半年报同比增加 0.47 亿元,同比增长 23.74%,职工薪酬及劳务费较 2019 年半年报同比增加 1.42 亿元,同比增长 25.24%。

Q:休闲服毛利率提升原因?

A:一方面定价倍率有提升,另一方面终端销售折率也有提升,尤其是在线上,以前商品结构是老品占比比较多,以销售老品为主,折扣力度大,现在是新品占比多,正价率高。

Q:公司数字化进程。

A:公司近几年对已经着手开始数字化建设,通过大力推行数字化转型,构建了更好的数据平台。通过数据平台的建立指引业务发展,进一步推进线上线下融合,通过线上的数据来指导下选址和开店。数字化的测试反映各种各样运营指标的变化和信息传递。例如,通过大数据测算,有款森马女装受到喜爱,通过快反、加单补货,该款森马女装取得了不错的销售成绩。待测试模型更加成熟,将成功模式进行推广,会给业绩带来更好的表现。目前已经取得了数字化进程的阶段性成效。