

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：2022-07

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
活动参与人员	上市公司接待人员姓名：宗惠春（董事会秘书） 其他与会人员： 雷玉 长江证券股份有限公司 王冯 山西证券股份有限公司 何悦 兴证全球基金管理有限公司
时间	2022年6月15日 10:00-11:00(现场调研)
地点	上海闵行区莲花南路2689号
形式	现场调研
交流内容及具体问答记录	见附件
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	未涉及
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	不适用

附件

浙江森马服饰股份有限公司

投资者活动记录

活动交流内容：

2022年6月15日上午，长江证券、山西证券、兴证全球基金共3家机构的分析师来公司进行调研。公司董事会秘书宗惠春先生进行接待，并就公司园区办公情况、物流仓储情况、零售渠道情况、近期零售以及海外市场发展情况与分析师进行沟通交流，主要内容如下：

一、上海园区办公情况

公司注册地在温州，主要办公地在上海，上海的两个园区占地约200亩，有4栋宿舍楼，可容纳近千名员工住宿，疫情期间，公司园区实施闭环管理，其他员工居家办公，公司日常经营受到的影响有限。

二、仓储配发物流情况

公司供应商遍布全国，主要集中在浙江、广东等地。

2021年，公司拆除了上海园区的仓储房屋和设施，将相应的仓储配发职能转移至嘉兴和温州的公司自有园区。

近期局部地区疫情对公司仓储、配发、物流业务影响有限。

三、零售渠道情况

公司零售渠道包括专卖店、购物中心、电子商务等多种业态。

关于线下实体门店，公司有8000多家店铺，分布在全国各地，分布广泛，布局合理，成为疫情期间稳定公司零售基本盘的保障。

关于线上电商零售体系的建设，公司在淘宝、天猫、唯品会、抖音等国内知名电子商务平台建立了线上销售渠道，围绕核心品类，结合场景与消费者需求，为相应平台的用户群体提供高性价比产品。同时，通过小红书种草、抖音短视频、小程序等方式发展新零售，加强社交零售拓展、私域流量维护，开拓零售渠道，发挥线上线下全渠道联动优势。

公司重视支持直播业务的发展，目前，在上海、杭州、温州以及部分线下门店均有直播团队进行直播，通过达人分享、品牌自播等方式实现对消费者的精准

触达。

公司线上电商业务的健康发展，正在为公司全域零售做出突出贡献。

四、公司近期零售情况

今年前五月，公司各项零售业务包括线上与线下、加盟与直营，全系统终端零售同比下降 7%，其中线上增长 6%，线下下降 14%。

六月份以来，线下门店客流已开始明显恢复，迭加儿童节和端午节双节影响，统计 6 月 1-10 日，公司各项业务全域线下门店零售同比增加 26%。6 月份及二季度整体情况仍有待进一步观察。

综上，公司渠道多元，布局合理，局部地区疫情对公司整体零售影响有限，公司的零售基本盘仍然保持稳定。

五、海外市场发展

公司自 2016 年开始探索主品牌在国际市场的发展机会。2018 年设立上海森汇进出口有限公司及森马国际集团（香港）有限公司两个公司实体。2019 年 1 月成立股份海外业务中心，统筹布局森马与巴拉巴拉在国际市场的发展。

2018 年，森马品牌首家海外门店在沙特首都利雅得开业，从而迈出了森马中东发展历程的第一步。2021 年 9 月，巴拉巴拉在香港海港城开设旗舰店。2022 年 2-4 月，巴拉巴拉阿联酋首店、卡塔尔首店分别在迪拜、多哈相继开业。至 2021 年底，两个品牌已经进驻及签约 13 个国家与地区，主要分布在沙特阿拉伯、阿联酋、卡塔尔、越南、印度尼西亚、柬埔寨、尼泊尔、老挝、蒙古等，超过 50 家门店。在线下布局开拓的同时，森马也已入驻 Lazada，阿里速卖通等跨境平台，增加销售渠道，并通过国际代理合作伙伴，运营品牌官网，为当地消费者提供品牌全域的购物体验。

公司出海方向第一阶段选择聚焦亚洲市场，产品在目标市场的匹配度相对较高，同时，针对中东与东南亚特定节假日需求，进行定制开发，进一步推进产品本地化需求的满足，充分发挥在中国市场积累的产品竞争力，获得了各国消费者对品牌在时尚度与品质感上的高度认可。

目前，公司海外零售业务仍处于发展初期，零售规模占公司营业收入的比重较小，对公司营业收入影响不大。