

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：2023-08

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"/> 现场调研 <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）、范亚杰（证券事务代表） 其他与会人员：见附件
时间	2023年10月31日 10:00-11:00 15:00-16:00
地点	上海闵行区莲花南路2689号
形式	电话会议
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

投资者参与人：

2023年10月31日 10:00-11:00（电话会议）

李婕	东吴证券	赵宣	WH Capital
赵艺原	东吴证券	彭志明	财信证券（资管）
杨莹	国盛证券	覃思远	上海胤胜资产管理有限公司
朱彦晟	招商证券	刘一霖	东证融汇资管
胡咏嘉	华泰证券	尧小星	浙江偕沣私募基金管理有限公司
朱洁宇	光大证券	张敏琦	中金资管
张舒怡	中信建投	尹晓宇	长江证券
吴宇同	瞰道资产	赵宇	兴业证券
余涛	银万资本	贾雨朦	星泰投资
郭琦	首创证券	刘田田	东兴证券
杨雨钦	中银证券	詹妮	华泰证券
刘紫君	天风证券	翟青	嘉合基金
谢雨珊	国泰君安	许高飞	深圳中天汇富基金管理有限公司
樊荣	摩根大通	楼延娜	浙江银万斯特投资管理有限公司
Vera 杨	Point72	解睿	深圳前海汇杰达理资本有限公司
吴思涵	中泰证券	李牧恒	旌安资管
周敏	浙商证券	唐亮	东方证券资管基金
胡亚新	永赢基金	梁雪	创金合信基金
杨欣	国金证券	郑玉君	青榕资产管理有限公司
吴晨汐	开源证券	左吉昌	华能贵诚信托有限公司
王雨晨	中泰证券	李谦	杭州长谋投资管理有限公司
王瑞迪	中信证券	程凯	江苏大正十方股权投资基金管理有限公司
董建芳	广发证券	赵栋	青骊投资管理（上海）有限公司

张璟	西部证券	康健	彼得明奇基金
张政	中信证券	杜波	德华创业投资有限公司
朱炎	东方证券	王旭冉	华安基金
刘佳琪	国信证券	杨建根	个人投资者

2023年10月31日 15:00-16:00（电话会议）

徐一菲	华西证券	樊荣	摩根大通
金李畅	光大证券	丁贝渝	海通国际研究有限公司
万欣怡	中泰证券	楼延娜	浙江银万斯特投资管理有限公司
侯子夜	国盛证券	胡菁菁	融溢资本
郑一鸣	中信证券	欧阳荣	上海信璞投资
孙未未	光大证券	李雷	国弘资本
郑逸坤	中信证券	姜超	浙江国信投资管理有限公司
王冯	山西证券	田星星	深圳前海华杉投资管理有限公司
冯重光	中信证券	李敬民	深圳中和阳光股权投资基金管理有限公司
苏浩洋	东北证券	朱乾巍	个人投资者
沈佩玉	源达信息证券研究所	冯跃	个人投资者
王梓旭	招商证券研究发展中心		

电话会议及现场调研交流内容：

2023年10月31日，公司发布了2023年三季度报告，并于当天召开2场投资者电话会议，上午会议由东吴研究所执行副所长、纺服首席分析师李婕主持，下午会议由深圳约调研科技有限公司李硕心主持。

包括国盛证券、光大证券、中信证券等63家投资机构代表、个人投资者共79人次参加交流。公司董事会秘书宗惠春、证券事务代表范亚杰参加会议并和投资者交流。具体内容如下：

一、公司简介

1、公司主要业务

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。公司产品全部外包生产，公司主要业务包括品牌运营、设计研发、生产组织与成衣采购、零售管理、仓储物流等。

公司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。

公司拥有的两个主要品牌分处于两个不同细分市场，森马品牌所处的休闲服饰行业适用的着装场景丰富，在服饰市场中占据半壁江山，巴拉巴拉品牌所处的童装行业处于景气发展阶段，是服装行业中增长最快的赛道之一。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。

2、宏观数据

前三季度，全国居民人均可支配收入 29398 元，比上年同期名义增长 6.3%；扣除价格因素，实际增长 5.9%。前三季度，全国居民人均消费支出 19530 元，比上年同期名义增长 9.2%，扣除价格因素，实际增长 8.8%。

前三季度，商品零售额同比增长 5.5%。服装、鞋帽、针纺织品类零售额增长 10.6%。实物商品网上零售额同比增长 8.9%，占社会消费品零售总额的比重为 26.4%，占比较上年同期提升 0.7 个百分点。

随着一系列促消费政策持续发力显效，消费市场保持稳定恢复态势。市场销售恢复向好，基本生活类和升级类商品销售良好，线上消费较快增长，服务消费需求持续释放。

线下客流量逐步回升，加之特色商业街区、品牌体验店等新消费场景竞相涌现，带动实体店铺经营持续改善。

二、财务数据

1、营收、利润

今年以来，公司持续推动改革，以消费者为中心、以公司长期利益最大化为原则，围绕“全域融合、组织变革、流程再造”，推动公司健康经营；持续推动“产品经理制”的实施，优化和迭代机制建设，从产品经理视角，推动业务流程简化和效率提升；持续打造全域数字化门店，强调数字化门店“六结构及五化”（六结构包括：实体业务、直播业务、微信生态业务、本地生活业务、O2O业务和内容种草导流业务；五化：全域效率化、品牌一致化、零售数字化、公私域互转化、服务标准化），具有三种结构以上的数字化门店已超两千家；深化渠道布局，采取差异化的市场策略；深探直播赛道，抓住直播赛道增长机会；进一步推动柔性供应链、组织精简提效等方面的建设，提升经营效能。这些措施正在显示出积极的作用。

2023年1-9月，公司实现营业收入88.98亿元，比上年同期的89.43亿元下降0.5%，相比上半年，降幅进一步收窄。单季度看，2023年第三季度实现营业收入33.38亿元，比2022年第三季度的营业收入增加1.11%。

2023年前三季度，归属于上市公司股东净利润8.32亿元，比2022年前三季度归属于上市公司股东净利润增加206.51%。第三季度归属于上市公司股东净利润3.16亿元，比2022年第三季度归属于上市公司股东净利润增加89.37%。

截至2023年9月30日，公司总资产为174.59亿元，归属于上市公司股东的所有者权益为112.15亿元。

2、存货

截至2023年9月30日，存货36.53亿元，较年初的38.47亿元，下降1.94亿元，较去年三季度的存货46.70亿元下降10.17亿元。

3、应收账款

本报告期末，应收账款余额10.12亿元，较年初的12.63亿元下降19.87%。主要系本期收回销售货款所致。

4、货币性资产

本报告期末，货币资金为72.61亿元，交易性金融资产为3.30亿元，两项期末余额合计为75.91亿元。保持充足的资金储备为公司业务持续稳定发展奠定了坚实基础。

5、经营性现金流

2023年1-9月经营活动产生的现金流量净额为8.43亿元。

三、近期终端零售情况

我们观察近期公司终端零售情况，包括线上和线下、直营和加盟，全系统终端零售状况：7月同比下降5.6%；8月份同比下降1.7%；9月同比下降1.5%；单三季度呈现逐月向好的趋势，截至9月底，全系统终端零售累计下降2.2%。今年以来，截至10月29日，全系统终端零售累计下降1.86%。

总体来看，三季度零售终端逐月改善，表明零售市场当下复苏恢复的趋势良好，四季度有望取得更好的结果。

交流提问：

Q1：毛利率情况

A：2023年前三季度毛利率44.16%，较2023年上半年毛利率44.66%下降0.5个百分点。较2022年同期毛利率40.42%，增加3.74个百分点。其中分产品来看，休闲服饰毛利率39.37%，较去年同期毛利率上升0.94个百分点；儿童服饰实现毛利率46.35%，较去年同期毛利率上升4.97个百分点。按照销售渠道来看，线上销售实现毛利率42.34%，较去年同期上升4.87个百分点，线下直营销售实现毛利率68.83%，较去年同期上升3.21个百分点，加盟销售实现毛利率39.41%，较去年同期上升3.53个百分点。

对比去年同期，公司在线上、线下、直营、加盟、休闲服饰、儿童服饰这6个维度的毛利率都实现了正增长，同时公司管理层重视对费用的管控，实现本报告期有质量的增长。

Q2：店铺情况及开店计划

A：截至2023年9月30日，公司店铺总数8,274家，较2023年年初8,140家增加134家，较2023年半年度8,136家增加138家。

按业务模式划分，直营店铺706家较2023年初723家减少17家，较2023年半年度699家增加7家；加盟和联营店铺合计7,568家，较2023年初7,417家增加151家，较2023年半年度7,437家增加131家。

按商品品类划分，休闲服饰2,731家，较2023年初2,751家减少20家，较2023年半年度2,694家增加37家；儿童服饰5,543家，较2023年初5,389家增加154家，较2023年半年度5,442家增加101家。

今年市场呈现复苏，公司在年初做出了相关业务计划，门店拓展方面，预计净开店 200-300 家，公司也在按照相关计划开展工作，前三季度净增加 134 家店铺，相信随着经济的复苏，居民收入的提升，这一计划能够得到落实。