

证券代码：301381

证券简称：赛维时代

赛维时代科技股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2024-005

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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：电话会议
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司2023年度暨2024年第一季度网上业绩说明会的全体投资者
时间	2024年5月22日
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理 陈文平 董事会秘书 艾帆 财务负责人 林文佳 独立董事 江百灵
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司2023年实现了显著的业绩增长，请问这一增长的主要动力是什么？是哪些业务领域或产品贡献了最多的增长？</p> <p>公司销售产品主要包括服饰配饰和非服饰配饰，2023年公司服饰配饰品类收入为46.71亿元，同比增长41.49%，占公司营业总收入的71.17%；非服饰配饰品类收入为17.36亿元，同比增长19.48%，占公司营业总收入的26.45%。</p> <p>2、2023年男装品牌Coofandy和家居服品牌Ekouaer年度销</p>

售额首次突破 10 亿元，请问公司在品牌建设和产品开发方面采取了哪些策略？

我们持续耕耘的数字技术底层在不断迭代和进化，技术底层在各运营环节对各品牌的赋能效果在逐步显现，赋能效率也在不断提升。

以产品开发为例，我们会依托公司自身的优势，研究特定细分品类中消费者的需求，同时公司搭建了流行趋势分析系统和尺码版型数据库，可以协助设计师团队结合线上人群的消费特征，有针对性的进行新品开发，提升开发爆品的成功率和客户满意度。

以品牌建设为例，针对中小品牌，我们将主要依托亚马逊等这类适合品牌孵化的平台进行运营，我们会以产品为核心进行站内站外推广，目的是帮助这些品牌快速提升市场占有率；针对头部品牌如 Coofandy 和 Ekouaer 等，我们将增加全渠道品牌级营销费用的投入，提升品牌知名度，同时我们将在继续巩固线上渠道运营的同时，在全球范围内积极寻找线下渠道的发展机会，建立起“线上+线下”的全渠道一体化商业模式。

3、请问公司研发投入具体数据是多少？占销售收入多少？

2023 年公司研发投入为 8,769 万元，占公司总收入的 1.34%。

4、请问今年是否会进行分红？

公司 2023 年度利润分配预案已于 2024 年 5 月 21 日经 2023 年度股东大会审议通过。根据相关规定，公司将于股东大会审议通过后 2 个月内完成权益分派。公司将按规定及时披露权益分派实施公告，敬请关注公司相关公告。

5、请问公司在跨境电商领域如何应对国际贸易环境的变化，以及如何提升在全球市场的竞争力？

国际贸易环境如汇率、中美关系等，都可能在一定程度上影响企业的业绩表现。公司已经建立了应对这些因素的方法规则来积极应对主要的影响。同时，提前建立品牌化战略非常重

要，构建自主溢价能力，可以帮助企业更好地应对外部环境的变化、减轻负面影响、获取竞争优势。

6、在跨境电商行业面临复杂多变的国际政治与经济环境时，请问贵公司是如何通过需求挖掘和高效供应策略来应对这些挑战的？能否分享一些具体的案例或经验，说明公司如何成功地保持了业务的稳定增长？此外，针对未来可能出现的类似环境，贵公司有何规划和准备？

在需求挖掘方面，公司会综合考虑品类的市场空间、品类的历史增速以及品类的竞争格局等因素来选择布局的品类，对于每年选择的一些重点品类或者日常运营过程中关注到重大的品类跃升机会，公司会重点加大人员和资源的投入。同时，公司在前端部门中引入了“阿米巴经营模式”，敏捷型小团队能够专注于研究某个细分品类的消费需求，根据消费者需求进行相应产品开发。

在高效供应方面，公司自主研发服装柔性供应链系统，依托系统算法，实现生产过程线上化、合理规划生产、智能排程和多工序协同，将数据智能深入至工厂生产的工序级别进行智能调度，满足“小批量、多批次”下单的需求，进一步强化公司的高效供应能力，极大降低工厂的生产周期，提升公司整体的库存周转率。同时，良好的数据智能指导，也让工厂的工序调度更加有序和有效，长期来看，可以增强工厂与公司的合作粘性及持续提升合作品质，实现与供应商的双赢。

公司将密切关注国内外政治经济走势和政策动态，积极应对国际贸易环境变化等带来的不利影响，加大品牌打造力度，提升品牌知名度和忠诚度；加强研发创新，提升产品核心竞争力；提升渠道覆盖面和稳定性，优化渠道布局，以此来应对经济政治环境变化以及贸易摩擦可能带来的风险。

7、请问贵公司在底层 IT 平台的搭建和大数据技术的应用上取得了哪些具体成果？这些技术成果是如何支撑和推动公司全面技术驱动的业务模式的？另外，贵公司如何计划在未来继续提升技术驱动能力，以进一步增强公司的运营效率和市场响应速度？

公司自成立以来，高度重视底层 IT 平台的搭建及大数据

能力的应用，以技术驱动品牌矩阵的发展。目前公司已建立起贯穿产品开发设计、供应链、销售运营的全链路数字化系统，将大数据技术运用于产品开发设计、采购、生产、营销推广等环节，持续提质增效。

未来公司计划借助 AI 等新技术对跨境电商运营中的诸多应用场景进行升级，进一步提升在产品研发、生产及采购、仓储物流、市场营销与运营等方面的数字化水平，提升公司运营精准度，降低运营风险和运营成本，为快速提升市场份额、盈利水平和经营质量而赋能。

8、美国关税对公司业务有没有影响？

关税政策等外部环境的变化会对公司的业务发展造成不同程度的影响。公司坚持深化品牌战略，以数字底层支撑的品牌矩阵，不断提升品牌溢价能力，适当将关税等影响因素通过终端价格调整等措施进行缓解。公司不断强化自身实力，构建运营韧性，以更灵活地应对外部环境的变化。同时，公司也在积极开展海外供应链布局，以多维度措施应对外部环境的变化。

9、根据一季度的经营情况，请公司初步预测 2024 年经营情况与 2023 年相比向好，持平还是一般？

2024 年第一季度公司实现营业总收入 17.99 亿元，同比增长 44.66%，实现归属于上市公司股东的净利润 0.86 亿元，同比增长 65.58%。基于长期在服装供应链等环节的能力积累，2024 年我们将继续把服饰配饰品类作为我们发力的主要品类，凭借自身底层能力的积累和强化对多个细分品类/品牌进行更高效的规模化赋能，头部品牌持续发力的同时，加快众多中小品牌的孵化速度；对于非服饰配饰品类，我们会继续进行品类的精简和聚焦，同时筛选有市场运营基础和增长空间的品类适当增加研发投入，进一步夯实竞争力和溢价力。

10、请问公司 2023 年毛利下滑的原因是什么？

根据财政部于 2021 年 11 月 2 日颁布的《企业会计准则实施问答》，规定针对发生在商品控制权转移给客户之前，且为履行销售合同而发生的运输成本，将其自销售费用全部重分类至营业成本。公司自 2023 年 1 月 1 日起执行该规定，并采用追溯调整法变更了相关会计政策，2023 年毛利率为 45.84%，追

	溯调整后 2022 年毛利率为 44.77%，2023 年毛利率较 2022 年上升 1.07 个百分点。公司将会继续推进品牌建设，持续提升品牌溢价能力。
附件清单(如有)	无
日期	2024 年 5 月 22 日