

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：2025-03

| | |
|----------------------------------|---|
| 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 | 2025年4月29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：

2025年4月29日 10:00-11:00（电话会议）

| | | | |
|--------|----------------|-----|------------------|
| 詹陆雨 | 浙商证券研究所 | 姚咏絮 | 明河投资 |
| Miriam | Point72 | 樊荣 | 摩根大通 |
| 黄建达 | Santa Lucia | 姚倩 | 摩根大通 |
| 黄博涵 | 大成基金管理有限公司 | 王冯 | 山西证券 |
| 施红梅 | 东方证券 | 沈昊怡 | 上海榜样投资 |
| 刘田田 | 东兴证券 | 尹一 | 上海川流私募基金管理有限公司 |
| 龚昌成 | 个人投资者 | 林仁兴 | 上海金恩投资有限公司 |
| 冯跃 | 个人投资者 | 宋海霞 | 上海陆家嘴金融中心 |
| 杨建根 | 个人投资者 | 朱斌 | 上海准锦投资管理有限公司 |
| 盛震山 | 工银瑞信北京区 | 龚理 | 天风证券 |
| 糜韩杰 | 广发证券 | 孙海洋 | 天风证券 |
| 杨雨钦 | 国金证券 | 陈保国 | 西部利得基金管理有限公司 |
| 陈荔 | 国联基金管理有限公司 | 赵宇 | 兴业证券 |
| 杨莹 | 国盛证券 | 陈纪豪 | 长江证券 |
| 赵博 | 国泰海通 | 金祖贵 | 长江证券(上海)资产管理有限公司 |
| 杨正陶 | 禾永投资管理(北京)有限公司 | 林骥川 | 中金公司 |
| 蒋偲禹 | 华西证券 | 李彪 | 中金资管 |
| 郑小兵 | 汇丰晋信基金管理有限公司 | 李诗琪 | 中信证券 |
| 马宇轩 | 开源证券 | | |

2025年4月29日 15:00-16:00（电话会议）

| | | | |
|-----|--------|-----|------|
| 郝帅 | 银河纺服 | 李施璇 | 华福证券 |
| 华思怡 | 国联民生证券 | 苏浩洋 | 东北证券 |
| 樊荣 | 摩根大通 | 侯子夜 | 国盛证券 |

| | | | |
|-----|--------------------------|-----|--------|
| 朱斌 | 准锦投资 | 唐圣炆 | 招商证券 |
| 孙昊 | 青岛立本私募基金管理合伙企业 (有限合伙) | 袁多武 | 九泰基金 |
| 孙未未 | 光大证券 | 华思怡 | 国联民生证券 |
| 陆旷达 | 陆家嘴金融之家 | 陈保国 | 西部利得 |
| 韩欣 | 东财证券 | 赵树理 | 东方财富证券 |
| 张飞 | 个人投资者 | 姚倩 | 摩根大通 |
| 龚昌成 | 个人投资者 | | |

电话会议交流内容：

2025年4月29日，公司发布了2025年第一季度报告，并于当天组织了2场投资者电话会议，上午会议由浙商证券纺服团队主持，下午会议由银河证券纺服团队主持。

包括国联基金、大成基金、长江证券、光大证券等家机构代表、个人投资者共56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。

一、公司业务介绍

1、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，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“舒服体验、品质生活”，为千万家庭提供高质价比、跨场景、舒适百搭的产品和一站式购物体验，传递自信、舒服、时尚的生活方式。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。

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。

二、财务数据

| | 本报告期 | 上年同期 | 本报告期比上年同期 增减(%) |
|---------------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| 营业收入(元) | 3,078,754,281.52 | 3,139,311,437.98 | -1.93% |
| 归属于上市公司股东的净利润(元) | 214,367,053.13 | 346,443,875.90 | -38.12% |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元) | 193,549,740.83 | 337,697,749.92 | -42.69% |
| 经营活动产生的现金流量净额(元) | 152,533,690.47 | 833,987,358.15 | -81.71% |
| 基本每股收益(元/股) | 0.08 | 0.13 | -38.46% |
| 稀释每股收益(元/股) | 0.08 | 0.13 | -38.46% |
| 加权平均净资产收益率 | 1.80% | 2.97% | -1.17% |
| | 本报告期末 | 上年度末 | 本报告期末比上年度 末增减(%) |
| 总资产(元) | 18,794,716,920.39 | 19,100,703,356.69 | -1.60% |
| 归属于上市公司股东的所有者权益(元) | 12,054,949,166.91 | 11,830,344,557.93 | 1.90% |

1、营业收入和利润

报告期内,公司营业收入为 30.79 亿元,较去年 31.39 亿元同比下降 1.93%,实现归属于上市公司股东的净利润 2.14 亿元,较去年 3.46 亿元同比下降 38.12%。

2、存货

截至 2025 年 3 月 31 日,公司存货 33.47 亿元,较期初 34.81 亿元减少 1.34 亿元,较去年同期 25.87 亿元增加 7.6 亿元,与去年同期相比,库存结构发生较大变化,一年期以内的货品占比,由去年的 55%增加到 72%,库存的健康度有所提升。

3、经营活动产生的现金流量净额

本期,公司经营活动产生的现金流量净额 1.53 亿元,与去年同期的 8.34 亿相比,下降-81.71%,主要是因为支付的货款增加所致。

4、货币性资产

报告期末,货币性资产 86.52 亿元,与年初基本保持一致,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、毛利率

本期毛利率 47%,较上年同期毛利率持平,微升了 0.37 个百分点。其中,儿童业务毛利率持平微降营收同比增长,休闲服业务毛利率同比提升营收同比下降。

6、费用

本期的销售费用 8.79 亿元,同比增加 1.11 亿元,管理费用 1.57 亿元,同比增加 0.2 亿元,财务费用-0.26 亿元,同比下降 0.39 亿元。

其中，销售费用增加的主要原因是广宣费用、服务费和劳务费同比增加所致。报告期内，公司线上投流和线下广告、以及合作联名的支出较大，比如，公司一季度投放的徐志胜相关广告，与新华社合作，投放了中国小朋友的系列宣传文案等，提升了公司的品牌影响力。尤其是 2025 年春节期间，与徐志胜合作“过年提醒”相关广告宣传覆盖机场、火车站、地铁等户外媒体，在新年回家路上都可以“偶遇”森马广告；3 月，与新华社联合出品《中国小朋友》，以代表品类 balaT 二十年来对于童年、对于成长、对于陪伴的贴身观察凝聚成一条故事片，将对儿童成长的洞察升华为国民级文化议题，全网话题一经上线曝光量超 7 亿+，再次验证巴拉巴拉“不仅是商业品牌，更是时代记录者”的独特定位。公司坚持长期主义，充足的广宣投放，对公司品牌力提升及未来的业绩会产生积极影响。

7、店铺情况

报告期内，公司开店 172 家，关闭 229 家，截至 2025 年 3 月 31 日，公司店铺总数 8,268 家，其中，成人服饰 2,779 家，儿童服饰门店数量 5,489 家。直营 960 家，联营 74 家，加盟 7,234 家。

三、近期终端零售情况

我们观察公司终端零售情况，包括线上和线下、直营和加盟，全系统终端零售状况：一季度，包括线上和线下、直营和加盟，全系统终端零售同比中个位数增长。进入 4 月份以来，销售仍然保持向好，当月全系统终端零售保持中高个位数增长。