

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：2025-05

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☒分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场调研 ☐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）、 潘 丽（财务中心高级总监） 其他与会人员：见附件
时间	2025 年 8 月 22 日 10:00-11:00 15:00-16:00
地点	上海闵行区莲花南路 2689 号
形式	现场会议
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：

上午 10:00-11:00

于旭辉	长江证券	王鹤锬	华西证券
魏杏梓	长江证券	杨耀	华泰证券
陈纪豪	长江证券	张峦	华安基金
黄淑妍	长城证券	刘佳琪	国信证券
金笑颖	银河基金	赵博	国泰海通
解睿	羊角基金	侯子夜	国盛证券
赵宇	兴业证券	陈荔	国联基金管理有限公司
龚理	天风证券	杨雨钦	国金证券
戴逸文	天风证券	左琴琴	广发证券
郭彬	太平洋证券	糜韩杰	广发证券
黄建达	圣卢西亚	朱洁宇	光大证券
王立平	申万宏源	王树娟	东方证券股份有限公司
求佳峰	申万宏源	施红梅	东方证券
朱斌	上海准锦投资管理有限公司	殷梦雯	东方证券
欧阳荣	上海信璞投资	金叶羽	东方财富证券
黄伟	上海米牛投资	刘家薇	东北证券
宋海霞	上海陆家嘴金融中心	刘润哲	创金合信基金管理有限公司
徐亦钦	上海光大证券资产管理有 限公司	盧秋陽	Point72 Hong Kong Limited
沈昊怡	上海榜样投资	刘琦	中信证券
王冯	山西证券	陈婕	中金公司
孙萌	山西证券	刘晟	中庚基金管理有限公司

樊荣 摩根大通
陆旷达 米牛基金
龚昌成 个人投资者
杨建根 个人投资者

周敏 浙商证券
唐圣炀 招商证券
赖松 个人投资者
冯跃 个人投资者

下午 15:00-16:00

王源 平安证券
袁艺博 渤海证券

陆旷达 米牛基金
樊荣 摩根大通

任宪功 渤海证券

黄伯韬 宁波三登投资管理合伙企业
(有限合伙)

张敬华 渤海证券

沈昊怡 上海榜样投资

刘家薇 东北证券

宋海霞 上海陆家嘴金融中心

韩欣 东方财富证券

黄伟 上海米牛投资

金叶羽 东方财富证券

曹国军 上海天玑投资

殷梦雯 东方证券

欧阳荣 上海信璞投资

施红梅 东方证券

求佳峰 申万宏源

赵艺原 东吴证券

王立平 申万宏源

刘田田 东兴证券

黄向前 深圳尚诚资产

冯跃 个人投资者

黄建达 圣卢西亚

杨建根 个人投资者

郭彬 太平洋证券

龚昌成 个人投资者

戴逸文 天风证券

赖松 个人投资者

龚理 天风证券

孙未未 光大证券

赵宇 兴业证券

糜韩杰 广发证券

解睿 羊角基金

左琴琴 广发证券

黄淑妍 长城证券

杨雨钦 国金证券

雷玉 长江证券

王佳伟 国盛证券

唐圣炀 招商证券

赵博 国泰海通

周敏 浙商证券

陈佳敏 国投证券股份有限公司

陈婕 中金公司

刘佳琪 国信证券

王少立 中金公司

李谦	杭州长谋投资管理有限公司	王凯	中金资管
李施璇	华福证券	吴思涵	中泰证券
杨耀	华泰证券	张政	中信证券
王鹤赜	华西证券	高逸云	交银施罗德基金管理有限公司

电话会议交流内容：

2025 年 8 月 22 日，公司发布了 2025 年半年度报告，并于当天组织了 2 场投资者电话会议，上午会议由长江证券纺服团队主持，下午会议由平安证券大消费团队主持。

包括国盛证券、光大资管、银河基金、国联基金等家机构代表、个人投资者共 104 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、财务中心高级总监潘丽参加会议并和投资者交流。

一、公司简介

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“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。

2025 上半年，公司坚持以消费者为中心、以公司长期利益最大化为原则，锚定零售转型的变革方向，在品牌健康度精细化管理、海外业务拓展、AI 技术深度赋能等关键领域持续发力，稳步推动企业高质量发展。

围绕零售转型的变革方向，公司提出建立以消费者为中心、以门店为起点，实现“人货场”全面控盘与协同，构建一致性、高效率的零售管理体系、高效的商品运营能力、精准的商品开发能力、广泛的渠道分发能力、全面的供应链能力等关键能力，提升商品、服务、门店体验。同时，公司引入品牌健康度的考评，通过监测七个过程指标和两个结果指标，关注门店单店盈利能力及整体运营效果，建立健全洞察机会和识别风险的机制，更好地管理和评估品牌健康度，支持品牌负责人有效管理业务和目标，推动业务长期健康发展。

在海外业务拓展方面，公司持续拓展海外业务版图。2025 年上半年，公司旗下多个品牌进驻吉尔吉斯斯坦等新兴市场。公司旗下森马、巴拉巴拉、迷你巴拉、森马儿童多个品牌在速卖通、Lazada、Shopee 等多个海外电商平台进行运营。海外市场线上线下渠道零售额均实现持续增长。

在公司整体数字化能力提升进程中，公司着力强化全员 AI 意识，以文化建设为驱动内核，推动从战略共识向全员共创深化落地；同步搭建线上线下融合的 AI 培训体系，系统提升员工的实际应用能力，最终赋能各业务环节实现降本提效，促进 AI 技术在公司内部全业务链条的深度渗透与规模化应用。

在内容电商运营领域，公司持续深耕业务模式创新：一方面通过创新直播内容，增加品牌曝光度，例如深入供应商生产一线，全程探访纺织、染整、裁剪、缝制等全链条环节，全方位呈现智能化生产设备的高效运转与严苛品控体系的细节标准，让消费者直观感知产品从原料到成品的完整诞生历程；另一方面聚焦极致单品打造，并着力构建 AI 数智驱动的运营组织，以技术赋能提升业务效能。

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）	6,148,842,028.76	5,954,984,967.50	3.26%
归属于上市公司股东的净利润（元）	325,050,552.78	552,502,075.58	-41.17%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	296,136,442.18	540,627,011.56	-45.22%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-277,165,384.14	-5,425,584.37	/
基本每股收益（元/股）	0.12	0.21	-42.86%
稀释每股收益（元/股）	0.12	0.21	-42.86%
加权平均净资产收益率	2.74%	4.75%	-2.01%
	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）	17,141,230,383.04	19,100,703,356.69	-10.26%
归属于上市公司股东的净资产（元）	11,238,367,763.26	11,830,344,557.93	-5.00%

1、总体情况

2025 年 1-6 月，公司实现营业总收入约 61.49 亿元，同比增长 3.26%；实现归属于上市公司股东的净利润 3.25 亿元，同比下降 41.17%。截至 2025 年 6 月 30 日，公司总资产为 171.41 亿元，归属于母公司所有者的净资产为 112.38 亿元。

2、存货

截至 2025 年 6 月 30 日，公司存货 36.99 亿元，较去年同期增加 3.4 亿元，同比增 10.13%；一年期以内的货品占比 75%，库存结构保持健康稳定。

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-2.77 亿元，主要是因为本期支付的货款增加、利息收入减少、广宣费服务费增加所致。

4、货币性资产

报告期末，货币性资产 72.7 亿元，仍然保持较高水平，保持充足的资金储备为公司业务持续稳定发展奠定坚实基础。

5、毛利率

本期毛利率 46.79%，较上年同期毛利率持平，微升了 0.62 个百分点。其中，儿童业务毛利率持平微降，休闲服业务毛利率同比提升。

6、费用

本期的销售费用 18.23 亿元，同比增加 2.74 亿元，管理费用 3.14 亿元，同比增加 0.26 亿元，财务费用-0.14 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。

7、店铺情况

报告期内，公司开店 540 家，关闭 629 家，截至 2025 年 6 月 30 日，公司店铺总数 8,236 家，其中，成人服饰 2,800 家，儿童服饰门店数量 5,436 家。直营 999 家，联营 43 家，加盟 7,194 家。

8、分红

报告期公司实现归属于上市公司股东的净利润为 325,050,552.78 元，加上年初未分配利润 4,742,314,905.97 元，扣除支付 2024 年度股东现金红利

942,931,556.00 元，期末合并报表未分配利润为 4,124,433,902.75 元，母公司未分配利润为 2,966,251,236.38 元。为回报投资者，公司以可供股东分配的利润向全体股东每 10 股派发 1.50 元现金红利(含税)。本次预计实现现金分红总额为 404,113,524.00 元。

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：上半年，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 7 月 8 月份以来，销售仍然保持向好，当月全系统终端零售达到两位数增长。