

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： 2026-05

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 type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" 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）
时间	2026年6月9日 15:00-16:00
地点	上海市闵行区莲花南路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

投资者关系活动记录

投资者参与人：

周平	钛数（上海）信息咨询有限公司
秦然	上海南洺信息科技有限公司
张瑞娟	浦东新区知识产权协会
蔡金鑫	金睿银智咨询
姚武	上海玄恩文化传媒集团有限公司
王银九	上海东方名流传播有限公司
马晓磊	国信证券股份有限公司
修功成	上海和常投资管理有限公司

会议交流内容：

一、公司简介

森马服饰创建于2002年，是一家以休闲服饰、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、宏观情况

（一）2026年社会消费品零售总额数据

	2026 年 4 月	2026 年 3 月	2026 年 2 月
社会消费品零售总额当期值 (亿元)	37246.5	41616.0	—
社会消费品零售总额累计值 (亿元)	164941.5	127694.9	86078.9
社会消费品零售总额同比增长 (%)	0.2	1.7	—
社会消费品零售总额累计增长 (%)	1.9	2.4	2.8

(二) 2026 年全国网上商品及服务零售情况

	2026 年 4 月	2026 年 3 月	2026 年 2 月
网上商品和服务零售额累计增长 (%)	6.6	8.0	9.2
网上商品零售额累计增长 (%)	5.7	7.5	10.3
穿类商品网上零售额累计增长 (%)	6.8	11.6	18.0

(三) 2026 年限额以上服装、鞋帽、针纺织品类商品零售情况

	2026 年 4 月	2026 年 3 月	2026 年 2 月
服装鞋帽、针、纺织品类商品零售类值当期值 (亿元)	1107.9	1295.5	—
服装鞋帽、针、纺织品类商品零售类值累计值 (亿元)	5212.3	4121.9	2831.4
服装鞋帽、针、纺织品类商品零售类值同比增长 (%)	3.6	7.0	—
服装鞋帽、针、纺织品类商品零售类值累计增长 (%)	8.1	9.3	10.4

今年以来消费市场总体平稳增长。

三、公司情况

2026 年第一季度，公司营业收入为 34.49 亿元，较去年 30.79 亿元同比增长 12.03%，实现归属于上市公司股东的净利润 3.11 亿元，较去年 2.14 亿元同比增长 45.25%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 2.98 亿元，较去年 1.94 亿元同比增长 54.08%。

截至 2026 年 3 月 31 日，公司店铺总数 7652 家，其中，成人服饰 2529 家，儿童服饰门店数量 5123 家。直营 1011 家，联营 31 家，加盟 6610 家。

公司持续深化在产品、渠道、营销、供应链等方面高质量运营，延续现有经营策略，进一步巩固优势。

●产品运营

52 周周间验证，四季订货+快反补货，紧跟气温变化、重大节日等消费节奏。一季度提前铺开春季新品；4 月优化货品，增加小单快反等柔性产品；5 月集中落地全品类夏装、应季鞋履。

●渠道运营

1、线下渠道：深耕细作，优化核心商圈门店+深耕下沉区域门店，升级门店形象；

2、线上渠道：做好 618 前置预售、短视频直播，精细化店铺投放。

●品牌运营

巴拉巴拉升级推出“中国小朋友”2.0 系列，主题为「活在热爱里」；森马聚焦四大心智品类，主打成套化设计。两大品牌在武康路、徐汇滨江的快闪透出，都在努力强化品牌与消费者深层次的互动和情感体验，做强品牌心智，增强消费转化率和黏性。

紧抓关键节点，分层落地会员活动；深耕私域会员复购运营，老客复购稳步提升。

●供应链管理

公司建立了 52 周企划制度、8 季库存管控制度、柔性和集采制度。依托全域库存通数字化项目和数字化决策平台，提高终端动销，提升货品周转效率。