

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：2026-06

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）
时间	2026 年 8 月 18 日 10:00-11:00 15:00-16:00
地点	上海市闵行区莲花南路 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

投资者关系活动记录

投资者参与人：

10:00-11:00

于旭辉	长江证券	樊荣	摩根大通
魏杏梓	长江证券	姚倩	摩根大通
卢秋阳	Point72 Hong Kong Limited	王源	平安证券
翁振兴	TX CAPITAL (HK) LIMITED	苏林洁	融通基金管理有限公司
沈昊怡	榜样投资	王冯	山西证券
邢瀚文	财通证券	孙萌	山西证券
赵嘉宁	财通证券	沈一心	山西证券
张小郭	创金合信基金管理有限公司	黄伟	上海米牛投资管理有限公司
刘家薇	东北证券	朱本伦	申万宏源
韩欣	东方财富证券	求佳峰	申万宏源
昭宏宇	东方证券	曹海珍	深圳广汇缘资产管理有限公司
胡靓	富国基金管理有限公司	薄琳琳	深圳佳岳投资管理有限公司
吴濛昀	光大保德信基金管理有限公司	黄建达	圣卢西亚
朱洁宇	光大证券	邱天	天风（上海）证券资产管理有限公司
孙未未	光大证券	龚理	天风证券
姜浩	光大证券	孙海洋	天风证券
苏晓珺	光大证券	于梦鸽	天风证券
刘勇	光大证券股份有限公司（自营）	王娟	天治基金管理有限公司
糜韩杰	广发证券	姜文镭	信达证券
钟泽宇	广发证券	刘田田	信达证券
傅达理	国都证券基金管理部	赵宇	兴业证券
杨雨钦	国金证券	马敦超	阳光保险
房俊	国联安基金管理有限公司	生名扬	易方达基金管理有限公司
侯子夜	国盛证券	于嘉馨	银河基金管理有限公司
杨莹	国盛证券	艾菲拉	银河证券
赵博	国泰海通	徐小明	永安国富资产管理有限公司
智健	国泰基金	田玉铎	圆信永丰基金管理有限公司
刘佳琪	国信证券	黄垲锐	远信投资
牟欣	华融证券	唐圣炆	招商证券
张霜凝	华泰证券	刘丽	招商证券
陈德隆	华泰证券	周敏	浙商证券
袁嘉会	华泰证券	陈婕	中金公司
唐爽爽	华西证券	华思怡	中金公司

官忠涛	建信养老金管理公司	吴思涵	中泰证券
高逸云	交银	郑逸坤	中信证券
韩威俊	交银施罗德基金管理有限公司	李有为	中信资管
陈洪	景合投资	刘意纯	中邮证券有限责任公司
郭彬	开源证券	龚昌成	个人投资者
刘毅	开源证券	赖松	个人投资者
陆旷达	米牛基金	杨建根	个人投资者
谢璐	民生通惠资产管理中心	NancyYu	个人投资者
卢叶微	南京璟恒投资管理有限公司	邵琮元 Alfie	个人投资者

15:00-16:00

郝帅 银河证券

会议交流内容:

2026年8月18日,公司发布了2026年半年度报告,并于当天上午组织了投资者电话会议,会议由长江纺服团队于旭辉主持,包括富国基金、国泰基金等机构代表、个人投资者共84人参加交流,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;下午,公司董事会秘书宗惠春接待银河证券来访交流。

一、公司情况

1、公司简介

森马服饰创建于2002年,是以休闲服饰、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。

2、行业发展

根据国家统计局数据,2026年1—6月,社会消费品零售总额248722亿元,

比上年增长 1.3%；我国服装鞋帽、针、纺织品类商品零售额累计为 7709 亿元，同比增长 6.7%；全国居民人均衣着消费支出 880 元，增长 4.4%。随着国务院《扩大消费“十五五”规划》全面落地实施，为未来五年我国扩内需、促消费工作明确核心任务、划定发展路径，成为纺织服装行业提质扩容、转型升级的重要政策指引。

从行业趋势看，当前消费市场正由相对同质化的大众需求，进一步转向消费升级与需求细分并行的发展阶段。消费者的需求变化更快、消费场景更加多元，购买决策也由单纯关注产品功能和价格，逐步扩展至生活方式、文化认同、社交表达和情绪体验等更高层次的价值诉求。在此背景下，高品质、高性价比仍是产品获得市场认可的基础，而能否提供鲜明的社交属性、文化内涵和“情绪价值”，正成为影响消费选择和品牌溢价的重要因素。

3、公司运营

2026 年上半年，公司坚持以消费者为中心、以公司长期利益最大化为原则，聚焦服饰主业，围绕品牌焕新升级、省份战略落地、数字化能力、组织激励与人才培养等重点工作开展。

围绕品牌焕新，森马品牌和巴拉巴拉品牌分别推出了“再造新常服”和“活在热爱里”系列品牌焕新活动。森马品牌通过大师系列发布会、主题快闪店，并推出“成套化设计”的解决方案，将简约通勤、日常休闲、轻户外等多元生活场景融入产品体系，并联动品牌代言人、新媒体话题传播，构建可体验、可打卡、可传播的沉浸式消费场域，通过产品、理念与场景的全方位革新，推动森马品牌焕新。巴拉巴拉完成了品牌主张的深化与迭代，推出全新品牌主张“活在热爱里”。通过发布《中国小朋友》2.0TVC 以及在上海徐汇滨江、温州园博园落地“热爱社区”等系列活动，打造了城市级儿童友好公共体验空间，提升了品牌与消费者之间的情感连接。“热爱社区”在 2026 年上海市“五五购物节”期间多次获得媒体报道。

围绕“省份战略”，公司已在广东地区、川渝地区开展试点。2026 年上半年，公司加速重点区域发展，扩大和复制优秀经验，优化渠道组合，提升单店盈利能力，同时进一步完善以省份为单位的组织和授权，形成“直营+直管客户+KA 客户”扁平化管理体系，并强化中台支持能力，构建灵活高效的运营模式；梳理城

市发展模型，树立省份门店模型标杆，在一线城市试点城市旗舰店，并探索体验型门店以及自有 IP 主题店，持续优化门店运营管理，提升渠道效率。上半年，公司直营店平均半年度平效为 5121.94 元/平方米，同比提升 17%。

围绕数字化能力提升，公司着力进行场景化攻坚，在商品运营、经营分析、商品企划、直播等职能域进一步探索推进全链条提效；运用数字工具帮助终端门店管理者开展目标智能管理、经营数据实时分析、导购销售场景模拟训练，提升终端渠道运行效能；在各事业部及中台部门开展跨品牌的数字化场景复制落地，推动全员创新及组织协同，在全员中推广数字化应用实践的案例。

围绕组织激励与人才培养，公司制定贴合实干场景的激励方案，打破平均主义，建设面向未来的能力体系；通过优化人才结构与人才梯队，加速轮岗机制的实施；重构零售终端组织结构，整合直营与加盟管理体系，推行大区制；升级“森苗计划”，向一线输送年轻力量，构建年轻化的销售管理团队。

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）	6,722,204,763.83	6,148,842,028.76	9.32%
归属于上市公司股东的净利润（元）	479,287,414.80	325,050,552.78	47.45%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	471,659,409.76	296,136,442.18	59.27%
经营活动产生的现金流量净额（元）	268,546,776.94	-277,165,384.14	
基本每股收益（元/股）	0.18	0.12	50.00%
稀释每股收益（元/股）	0.18	0.12	50.00%
加权平均净资产收益率	4.15%	2.74%	1.41%
	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）	17,250,642,949.70	18,653,395,821.39	-7.52%
归属于上市公司股东的净资产（元）	11,462,728,439.75	11,390,946,973.54	0.63%

1、总体情况

2026 年 1-6 月，公司实现营业总收入 67.22 亿元,同比增长 9.32%；实现归属于上市公司股东的净利润 4.79 亿元，同比增长 47.45%。截至 2026 年 6 月 30 日，公司总资产为 172.51 亿元，归属于母公司所有者的净资产为 114.63 亿元。

服装行业的收入同比增加 9.50%，其中，休闲服饰同比增加 3.43%，儿童服饰同比增加 11.92%。按照销售渠道分，线上销售同比增长 13.10%，直营销售同

比增加 23.32%，加盟销售同比增加 0.68%。

2、存货

截至 2026 年 6 月 30 日，公司期末库存余额 33.70 亿元，较去年同期下降 3.29 亿元，同比下降 8.90%，比期初下降 8.68%，库存余额下降，库存结构保持健康稳定。库存周转天数同比减少 34 天。

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 2.69 亿元，主要是因为本期销售回款增加所致。

4、货币性资产

报告期末，公司货币资金等现金资产金额达 77.53 亿元，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 47.78%，较上年同期毛利率 46.79%提升了 0.99 个百分点。其中，儿童业务毛利率持平微升 0.35 个百分点，休闲服业务毛利率同比提升 2.44 个百分点。

6、销售费用

本期的销售费用 19.44 亿元，同比增加 6.67%。销售费用增加的主要原因是广告宣传费、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 404 家，关闭 718 家，截至 2026 年 6 月 30 日，公司店铺总数 7617 家，其中，成人服饰 2518 家，儿童服饰门店数量 5099 家。直营 1027 家，联营 27 家，加盟 6563 家。

8、分红

本报告期，公司拟以公司未来利润分配实施时确定的股权登记日的股本总额为股本基数，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 4.04 亿元。

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，公司零售累计同比增长 8.3%，其中，森马零售累计同比增长

4.0%；巴拉巴拉累计同比增长 7.3%。线上零售累计同比增长 15.0%；线下零售累计同比增长 4.4%。