

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：2015-9

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 媒体采访 ☐ 新闻发布会 ☐ 现场参观 ☐ 其他（） ☒ 分析师会议 ☐ 业绩说明会 ☐ 路演活动 ☐ 一对一沟通
参与单位名称及人员姓名	见附件
时间	9:30-10:30
地点	上海闵行区莲花南路 2689 号
上市公司接待人员姓名	郑洪伟（副总裁、董事会秘书）、章军荣（财务总监）
投资者关系活动主要内容介绍	参加东方证券举办的电话会议
附件清单(如有)	投资者活动记录
日期	2015 年 8 月 31 日

附件

浙江森马服饰股份有限公司 投资者活动记录

时间：2015 年 8 月 31 日

投资者参与人：

施红梅	东方证券
漆启焱	上海承川资本
蔡静	上海贝溢投资
章韧	东海基金
罗翔	中信证券
舒强	中欧基金
郭睿	中欧基金
李镜池	中欧瑞博投资
刘维华	信达澳银基金
艾菁	兴聚投资
秦文月	前海开源基金
郑之伟	前海浑元资产
李吉	千合资本
叶培培	太保资产
焦东伟	新华基金
童若凡	财通基金
王文文	韩国投资
唐小波	高恒资产

活动地点：上海闵行区莲花南路 2689 号

接待人：郑洪伟（副总裁、董事会秘书）、章军荣（财务总监）

记录员：张澄思

活动内容：参加东方证券举办的电话会议

活动交流内容：

森马服饰副总裁兼董事会秘书郑洪伟先生介绍了公司上半年的经营情况：

公司主营业务集中在森马休闲装和巴拉巴拉童装业务。公司上半年营业收入同比增长 14.93%，归属于上市公司股东的净利润同比增长 22.94%，业务发展趋势良好。

森马休闲装业务和巴拉巴拉童装业务保持持续稳定增长。巴拉巴拉品牌作为童装第一品牌，营业收入与上年同期比增长 21.57%。森马休闲装业务持续恢复增长，营业收入与上年同期比增长 10.3%，恢复态势良好。同时森马休闲装业务和巴拉巴拉童装业务毛利率也不断完善、逐季提升。公司电商销售额保持同比翻番的增长速度。

公司森马品牌休闲装业务和巴拉巴拉品牌童装业务所处的大品类消费市场中，目前仍处于消费增长的状况中，大众化业务集中化的特点明显显现。中小规模品牌逐渐退出市场竞争，市场向少数龙头企业集中，龙头企业正在进行新一轮快速增长。

森马品牌竞争力正在不断提升中，收入规模、利润规模、成长速度和业绩表现都在逐季提升中，已在休闲装领域位列第一。巴拉巴拉品牌作为童装第一品牌有有利的竞争优势，仍保持较高速度增长，未来公司儿童业务仍有很大发展空间。

随后进入问答环节，详细问答如下：

Q1:公司新成立马卡乐公司情况

A: 公司已披露与关联人共同投资设立上海马卡乐儿童服饰股份有限公司的公告。马卡乐公司是公司推动持续发展，为寻找、吸引、留用对公司长期发展有重要影响和贡献的核心人员，建立共同出资、合伙经营、共享收益、共担风险的合伙人经营机制的第一个项目。公司将持有马卡乐公司 63%的股份，员工将持有马卡乐公司 37%的股份，其中马卡乐公司总经理将持有马卡乐公司 10%的股份。公司未来将继续推行合伙人机制，推动公司发展。

马卡乐品牌的前身是公司 Mini Balabala 品牌，Mini Balabala 原有业务将会转由马卡乐公司经营，未来马卡乐公司产品将向幼童发展，采用线上线下相结合的销售方式发展。

Q2: 店铺面积和坪效

A: 森马品牌直营店老店同店增长超过两位数。巴拉巴拉品牌直营店老店同店增长接近两位数。森马品牌和巴拉巴拉品牌店铺面积同比两位数左右增长。

Q3: 今年巴拉巴拉童装销售比例在不断上升，中报来看，巴拉巴拉净利润能占到一半吗？

A: 由于很多公共费用很难划分，未作此方面统计

Q4: 公司下半年发展情况

A: 中国经济仍保持每年增长的态势，服装消费也同时在不断增长。中国服装行业自 2010 年起从需求推动的市场走向充分竞争的市场。在此阶段中，市场表现出渠道多元化、电商崛起、全球跨国品牌在中国进一步发展、行业供应链变化及成本上升等特征。在行业充分竞争的过程过，未来中国服装行业呈现大众化业务集中化、中高端业务细分化的新形态。

大众化业务的竞争核心是采购规模化，大规模采购产生的性价比才能使公司产品与同类产品进行竞争，中小规模企业将逐渐会退出市场竞争，市场向少数龙头企业集中。

过去几年，森马休闲装进行了调整与变革，走出新的发展道路，通过产品、品牌及性价比提升，逐渐恢复增长。随着未来市场集中度继续提升，森马品牌将成为代表中国本土品牌具有全球竞争力的大品牌。

巴拉巴拉童装业务处于外延发展阶段，市场占有率远超竞争对手，随着巴拉巴拉品牌设计、供应链、品牌优势的进一步提升，逐渐给其他中小品牌带来更大的压力，市场优势资源将更多地向其靠拢，更促进巴拉巴拉品牌发展。

森马品牌及巴拉巴拉品牌都属于大众化业务，在新一轮竞争发展的契机下，森马及巴拉巴拉都将受益于品牌集中化、市场集中化的发展机遇，利用现有的规模优势、品牌优势所造成龙头效应进一步扩大市场份额。

中高端业务一般由多品牌组成，每个品牌拥有各自品牌形象、品牌定位，聚焦于小规模核心受众。公司近几年也在不断发展中高端业务。公司通过代理、合

资等多种方式与国际有实力企业合作使公司中高端业务得到发展,希望在不断细分中高端业务中占有一席之地。公司通过合资运营了韩国高端女装品牌 it Michaa, 代理了德国高端休闲装品牌 Marc O' polo、代理了意大利高端童装品牌 Sarabanda。

服装行业仍是中国增长预期较明显的行业。作为在全球增长潜力最大市场中的龙头企业, 公司相信存在较大的发展机会。

Q5: 货币资金

A: 公司货币资金较为充裕, 根据公司董事会及股东大会的决议, 允许投资的就是保本型的理财产品。

Q6: 跨境电商

A: 公司已完成认购韩国 ISE 公司股份的境内外审批的相关事宜。公司子公司上海森马投资有限公司与韩国 ISE 公司合资成立的上海深艾信息科技有限公司已取得营业执照, 合资公司团队已组建, 正在进行产品筹备、网站建立、资质申请等工作。

Q7: 公司上半年在休闲服和童装产品的单价上变化

A: 相较产品单价公司更关注产品定价倍率, 目前产品定价倍率未发生特别变化。