

证券代码：301381

证券简称：赛维时代

赛维时代科技股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2023-005

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	广发证券、德邦证券、国海证券、华泰证券、开源证券、上海证券、湘财证券、招商基金、创金合信基金、国联基金、兴华基金、信达澳亚基金、鑫元基金、循远资产、玄元投资、杉树资产、初华资本、中盈蓝景基金、济略投资、小忠资本、中盈蓝景基金等
时间	2023年10月10日-10月13日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 艾帆 财务负责人 林文佳
投资者关系活动主要内容介绍	1.与其他服装跨境卖家相比，公司最核心的竞争优势是什么？ 公司的核心竞争力是：通过多年在底层数字化和组织模式方面的积累和创新，公司逐步打造出以底层能力支撑的品牌矩阵模式，并且强调通过核心环节数字化、标准化来实现底层能力在细分品类中高度复用，公司得以借此在服装大类项下实现跨细分品类的高效赋能和孵化。经过多年积累，公司在流行趋势数字化采集和分析、人体尺码版型数据库积累、原材料集中采购的整合、柔性供应链系统研发及产业合作等方面已具备显

著优势，在未来三年，我们的主线增长逻辑是清晰的：我们将主要依托亚马逊平台的流量分配机制对于优质供应链/优质产品的倾斜，凭借自身底层能力的积累对多个细分品类/品牌进行规模化赋能，将众多中小品牌孵化成长。而同时对于已在亚马逊等平台孵化至细分品类较高市场占有率的品牌，我们将借助全渠道品牌营销，延伸其销售网络。

2. 公司的底层能力是如何建立的？公司高管是什么背景？

公司创始团队做供应链出身，非常重视对供应链环节的深耕改造，特别是针对服装跨境电商这一模式，需要对传统服装行业的运营进行更深层的数字化、标准化打造，在运营过程中始终致力于寻找品类扩张中的共性和规律，并且将共性进行数字化和标准化，包括设计方式数字化、尺码版型标准化、面料的标准化、生产工序的数字化调度等等，以工程师思维来解决传统服装行业的痛点，在跨境服装这一业态中构筑门槛。

3.公司如何选择要布局的细分品类？

公司会综合考虑几个方面，包括品类的市场空间、品类的历史增速以及品类的竞争格局情况等。

4.介绍一下公司的物流体系？有用海外仓吗？

对于服装品类，公司基本都使用亚马逊的 FBA 配送服务，尽管 FBA 配送服务费用较高，但是网点分布广泛，库存管理效率高，给客户带来的体验好，同时也对获取更多平台流量有所帮助，公司综合评估后认为服装品类采用 FBA 配送为主较为合适。对于非服装品类（如硬件类），因其体积重量较大，公司会主要使用自营的海外仓。

5.公司目前主要销售地区在美国，主要销售渠道为亚马逊平台，未来是否会开拓国家或平台？

在区域选择方面，主要关注区域消费力的水平和潜力，北美和欧洲地区整体消费水平较高，更适合公司品牌化业务的发展。

在平台选择方面，公司历史期间有对接过多个电商平台，有丰富的运营对接经验，近年来随着公司品牌化路径的深入，根据平台的特性、平台监管规则的完善性、平台流量机制特点、以及与公司战略方向的匹配性等方面对合作的平台进行调整和聚焦。在亚马逊平台的发展是我们运营聚焦后的结果，经过多年在亚马逊的运营经验也能发现，亚马逊总体来说是个流量机制稳定、风控健全的平台，适合中国卖家的海外发展，流量机制也非常适合新的品牌凭借自身的产品和服务实力获取品牌露出的机会。

我们也一直基于以上标准持续关注符合公司风控标准、适合公司品牌业务发展的区域和平台。

6.公司未来几年的成长目标？对毛利率的展望？

公司希望凭借底层能力的复用快速孵化品牌，销售规模实现超越行业平均的增长。对于毛利率的展望是：（1）头部品牌：凭借在亚马逊已积累的较高细分市场占有率以及品牌知名度，将会大力拓展其全渠道的品牌级营销及全渠道的销售网络布局，将有望收获更高的溢价能力和更广阔市场，从而提升规模和盈利水平；（2）中小品牌：凭借公司底层能力复用度的强化，中小品牌的孵化成长效率将进一步提升，通过逐步开发新品、老品深度运营、广告投放等措施，逐步积累用户印象和认知，此层级品牌以扩大市场份额为主要目标。在市占率积累到达一定水平的时候，才有条件逐步提升产品的溢价力。

7.对于非服饰品类的规划？

公司对于非服饰品类在持续进行品类精简和聚焦，连带包括被精简品牌的库存清理和人员调整等，预计年内品牌精简可以基本完成。未来公司将基于此类精简后的品类，筛选具有市场运营基础和增长空间的品类逐步增加产品研发投入，进一步夯实产品竞争力。

8.如何展望未来的费用投入？

公司目前布局了多个品类和品牌，对于头部品牌，将会更

	<p>强调全渠道品牌级营销费用的投入；而对于中坚品牌，我们每年都会挑选出一些战略细分品类进行重点投入，包括款式开发和营销费用的投入等，以助力其快速达到市场占有率水平的突破，从而建立溢价力。这两项会是我们近年营销费用投入的主要方向；同时，我们针对精简后的硬件品类会逐步加强研发费用的投入。</p> <p>9.亚马逊近几年频繁有规则变动，作为卖家如何看待这一问题？</p> <p>公司认为在亚马逊平台运营就应当遵循平台相应的规则，公司多年来一直坚持合规经营，也十分认同亚马逊的价值观，同时公司认为合理的规则对于合规商家是有利的，清理违规商家会让市场竞争更公平，行业生态更好。</p> <p>10.关于分红的规划？</p> <p>公司会积极响应证监会等部门对于分红的号召，参考行业水平及公司情况进行规划。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023 年 9 月 21 日