

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：2020-11

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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"/> 一对一沟通 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	见附件
时间	2020年12月23日 15:00-16:20(电话会议)
地点	上海闵行区莲花南路2689号
活动组织及接待人员	徐波（总裁） 宗惠春（董事会秘书）
投资者关系活动主要内容介绍	就公司儿童服饰业务和投资者进行交流。
附件清单(如有)	投资者活动记录
日期	2020年12月23日

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:

Cecilia Tan	JP Morgan	曾文宏	诺德基金管理有限公司
Qian Yao	JP Morgan	张云	磐厚动量(上海)资本管理有限公司
Claire Yu	Point72 Asset Management	刘杰	平安基金管理有限公司
肖璇	安信基金管理有限责任公司	李俐璇	浦银安盛基金管理有限公司
张琳	安信自营	王楠	人保香港资产
毛晶晶	安信自营	蔡彬	瑞园资产
马正南	安信自营	龚海刚	上海若川资产管理有限公司
戴炯翰	必升投资	丁开盛	三亚鸿盛
王晓莹	博道	朱斌	上海准锦投资管理有限公司
贾雅楠	财通基金管理有限公司	林嘉雯	深圳山石基金管理有限公司
卓越	财通资管	周易	上银基金管理有限公司
刘田田	东兴证券股份有限公司	向红旭	尚诚资产
周易	辰悦资产	王立平	申万宏源证券有限公司
牛晓卿	淳厚基金管理有限公司	罗荣	太保资产
廖辰轩	淳厚基金管理有限公司	赖宇鸥	太保资产
石国武	大成基金管理有限公司	徐军平	太保资产
杨焯	淡水泉	郭彬	太平洋证券股份有限公司
刘家薇	东北证券股份有限公司	赵宇	太平养老保险股份有限公司
王逸欣	东方阿尔法基金管理有限公司	蔡辰昱	太平资产管理有限公司
谢晓芬	北京东方睿石投资管理有限公司	杜宛泽	天风证券股份有限公司
施红梅	东方证券股份有限公司	王漪昆	天治基金管理有限公司
赵越峰	东方证券股份有限公司	梁莉	天治基金管理有限公司
朱炎	东方证券股份有限公司	李滢	万联证券股份有限公司
唐亮	东方证券资产管理有限公司	陈雯	万联证券股份有限公司
王树娟	东方自营	陈保国	西部利得基金管理有限公司

沈劫	东方自营	尤鑫	湘财基金管理有限公司
雍加兴	东莞证券资管	蔡春红	新华基金管理股份有限公司
陆一韬	东吴资产管理有限公司	谷航	新华基金管理股份有限公司
王宇轩	富敦资产	李琰	新华资产管理有限公司
吕佳音	工银安盛人寿保险有限公司	曲亮	信达澳银基金管理有限公司
孙未未	光大证券股份有限公司	贾雨朦	星泰投资股份有限公司
李琛	广发基金管理有限公司	张诗悦	兴业基金管理有限公司
张晨雨	广发证券股份有限公司	纪宇泽	兴业证券股份有限公司
糜韩杰	广发证券股份有限公司	梁悦芹	兴亿投资管理有限公司
曹海珍	广汇缘	刘欢	兴证证券资产管理有限公司
安一夫	国海富兰克林基金管理有限公司	冯一雪	兴证自营
赖雪文	国联安基金管理有限公司	王卓琳	兴证自营
侯子夜	国盛证券有限责任公司	沈杰	浙江巽升资产管理有限公司
杨莹	国盛证券股份有限公司	陈起凡	雅儒资本
宋易潞	国寿安保基金管理有限公司	王雷	燕园资本
陆经纬	国泰基金管理有限公司	金笑颖	银河基金管理有限公司
申坤	国泰基金管理有限公司	孙超	英大证券股份有限公司
郝帅	国泰君安证券股份有限公司	王理廷	英大证券股份有限公司
丁诗洁	国信证券股份有限公司	范世军	盈丰资产管理有限公司
梁希	海通证券股份有限公司	李明阳	圆信永丰基金管理有限公司
刘含	汉和汉华	范妍	圆信永丰基金管理有限公司
房俊	合晟资产管理有限公司	党伟	圆信永丰基金管理有限公司
程卉超	合煦智远基金管理有限公司	高飏	西藏源乘投资管理有限公司
杨寅啸	合众易晟	张凌鹏	泽泉投资管理有限公司
江坤荣	恒越基金管理有限公司	黄淑妍	长城证券股份有限公司
李晓峥	华安基金管理有限公司	于旭辉	长江证券股份有限公司
张峦	华安基金管理有限公司	马榕	长江证券股份有限公司
田晨曦	华创证券股份有限公司	刘丽	招商证券股份有限公司
吴雨舟	华金证券股份有限公司	张丽娟	浙江绿都

王冯	华金证券股份有限公司	贾腾	浙商基金管理有限公司
吴起滌	华美投资	韩佳伟	浙商基金管理有限公司
姚晨飞	华泰柏瑞基金管理有限公司	王晗	中银理财有限责任公司
曾鸿	华泰柏瑞基金管理有限公司	谢华	中海基金管理有限公司
解睿	前海汇杰资产管理有限公司	谭宸	中航证券有限公司
周雷	国元证券股份有限公司	谢璐	中华联合
田伟	集诚实业	宋文慧	中金公司
项艾琳	建信理财有限责任公司	刘伟伟	中欧基金管理有限公司
陈均峰	交银施罗德基金管理有限公司	潘璠	中融基金管理有限公司
高逸云	交银施罗德基金管理有限公司	曾令仪	中泰证券股份有限公司
李芳如	金广资产	王雨丝	中泰证券股份有限公司
侯斌	金元顺安基金管理有限公司	邱季	中信建投证券股份有限公司
简尹瑞	九泰基金管理有限公司	周伟锋	中信资本控股有限公司
冯涛	九泰基金管理有限公司	鲍明明	中信证券股份有限公司
杨欣	开源证券研究所	杨雷	中银基金管理有限公司
姚咏絮	上海明河投资管理有限公司	张响东	中银基金管理有限公司
楼栋	南京银行资管部	吴皎灵	中英益利资产管理股份有限公司
严曙光	南京银行资管部	马姝丽	中邮创业基金管理股份有限公司
周宇	农银汇理基金管理有限公司	郑玲	中邮创业基金管理股份有限公司
梅冬羽	诺德基金管理有限公司		

电话会议活动交流内容:

2020年12月23日,公司组织了投资者电话会议,会议由长江证券纺服首席分析师于旭辉主持,包括国泰基金、国盛证券等117家机构,共147名机构代表参加了交流,公司总裁徐波、董事会秘书宗惠春出席电话会议并与大家交流。

首先,公司总裁徐波先生向各位参会者介绍了儿童服饰业务板块近期发展情况以及未来发展策略。

一、儿童服饰业务总体情况

今年公司儿童服饰业务总体符合预期,多品牌发展积极向好。巴拉巴拉品牌从10月份开始实现全域良好表现,迷你巴拉、马卡乐、棵棵树等品牌也有良好

增长表现，整体业务质量向好。

二、库存管理

公司通过库存管理、柔性供应链，降低公司存货周转天数和库存水平。从报表上看，存货水平大幅改善。

三、渠道

今年在渠道上有策略性的调整，对巴拉巴拉品牌门店的整体形象做出提升和改善，升级品牌 LOGO，推出巴拉巴拉第七代门店形象。受疫情影响，巴拉巴拉今年主动进行店铺调整，关闭部分不盈利店铺，同时，我们看到单店面积有所增长。巴拉巴拉品牌在天津、广州等地都开设旗舰店，旗舰店的开设也会推动品牌形象的宣传和改善。

四、柔性供应链

在柔性供应链方面，基于数字化改革，巴拉巴拉品牌从销售端到供应端以及产业互联网开展了一系列工作，门店上新批次扩展到 20 批次，实现产品更新速度更快，更适应消费者的需求，同时加快存货周转速度，存货水平得到比较好的控制。

五、核心竞争力

关于公司儿童服饰业务的核心竞争力，其中很重要的一点就是，巴拉巴拉品牌已经在消费者心目中构建起品牌知名度，位列国内市场占有率第一。我们通过对消费者的消费习惯和偏好进行洞察，抓住 90 后、95 后用户群体，通过持续与专业机构合作、线上数据分析等方式进行消费者调研，了解消费者需求，捕捉消费者需求，推出差异化的产品，不断满足消费者的需求。

其次，基于巴拉巴拉品牌市场占有率较高，整合供应链，形成供应链壁垒，许多中国优质的原材料及成衣供应商都是我们多年的合作伙伴，我们可以和行业领先的厂商合作开发抗菌、更舒适、更安全的产品。巴拉巴拉品牌与独立设计师合作方面，包括与 CHENPENG、吴海燕等优秀设计师在开展合作。同时，巴拉巴拉品牌通过合作跨界、开发原创产品、打造爆品等方式为消费者提供有话题度、有竞争力的产品，近期巴拉巴拉品牌也与迪士尼、敦煌博物馆、梵高博物馆等进行跨界合作，打造营销话题。渠道资源方面，也能够获得与天猫等平台更深入的资源合作，进一步加深消费者洞察。

六、未来驱动力

线上渠道，随着新零售环境下，消费者购买行为偏好发生转变。未来，公司会加大电商和新零售布局，提高线上业务占比。

线下渠道，在购物中心方面，巴拉巴拉作为头部品牌会获得更好的位置和好的商业政策。公司从 2019 年开始推进云店建设。今年，巴拉巴拉品牌在云店销售上已取得较大突破，70%的门店都链接到云店，已通过数字化改造实现门店在线、导购在线、会员在线和商品在线。云店更关注非营业时间的成交和离店成交，预计会成为公司新的增长点。另外，奥莱渠道也是重要的增长点，明年会继续加大在全国 top100 奥莱中的渗透率。在奥莱渠道开设的门店将来有望成为千万大店的重要门店。

随后进入提问环节。

Q：市场竞争格局及品牌未来发展趋势

A：从公司战略讲，儿童业务是一个重要投资方向。从整个行业来看，童装和童鞋增长率都在 10%左右，国家推动城镇化进程，提升低收入人群收入的增长，为儿童业务创造了新的增长机会。公司会继续发挥品牌、供应链、团队、渠道等方面的优势，把巴拉巴拉做的更好。公司会围绕以下方面开展工作：1、积极推进数字化转型，从销售端、供应端、产品研发等不断进行数字化转型，提高内部效率，推出精准产品，更好满足消费需求。2、数字化会员管理，围绕直播、天猫的 VIP，基于终端门店的优势，更好的做好社群运营及会员触达，培养消费者对品牌的感知。3、营销方面，做好全域营销，和天猫合作“超级品牌日”、“国潮来了”等大型营销活动，进一步改善提升品牌力。

未来三到五年，随着资源向优势企业集中，行业头部企业的竞争力更强。从中期来看，未来运动鞋服是纺织服装的重要赛道，公司在运动时尚的生活方式布局上更具备优势。

Q：毛利率

A：巴拉巴拉多年来毛利率波动不大，未来受益于柔性供应链和品牌力的提升，毛利率预期会有一定提升。柔性供应链使得终端销售质量改善，从而提升毛利率。公司强调柔性化供应链和拉式补货的能力，包括提前备料、依照销售状况快速追单，打造爆品的同时快速处理滞销品。当前数字化转型给供应链带来快反

能力，这样一来产品的针对性更强，产品的毛利率都会得到比较好的改善。品牌力的提升也会带来毛利率提升。公司在营销方面加大投入，产品力、品牌力的提高也带来毛利率的走高。

Q: 订货会

A: 明年的春夏订货会已经完成，表现不错。公司对于品牌力提升、加强营销投入、新零售转型等方面的投入也和客户达成了广泛的共识，前两天在哈尔滨开会和客户进行交流，有些客户甚至提出了更高的增速，这也是个比较好的信号，反映了加盟商对于后市的预期较为乐观。2020年对于服装公司来说却是蛮难的，但这同时也给优质品牌带来了机会，公司和供应商抗风险能力较强、改革的动力和能力也比较强。公司一直坚持“小河有水大河满”的文化，与供应商一起承担责任，对于退货方面政策比较好，经销商没有后顾之忧。

Q: 品牌营销

A: 今年巴拉巴拉品牌注重产品力的提升，与迪斯尼旗下优质IP资源漫威、艾莎公主以及和敦煌博物馆进行合作，在话题性营销方面取得良好效果。这些产品的售罄率、毛利率等表现优于其他货品。在与电商协同方面，公司强调线上线下爆品的打造，强化全渠道营销，追翻单的机制、线上线下一体化营销、强化O2O占比，这些对于提升电商毛利率、提升品牌占有率等方面起到积极作用，线上线下协同效果较好。

Q: 新零售

A: 云店方面，巴拉巴拉品牌已有70%门店覆盖，马卡乐品牌覆盖率达30%，其中直营店实现云店全覆盖。接下来我们会继续推动门店数字化转型。未来预计通过2-3年的持续转型动作，加盟商利用数字化分析和触达消费者的能力会得到大幅度提升。

Q: 人才引进

A: 公司一直重视人才培养和引进，构建人才团队，今年来，我们在新零售、设计创意等方面引进了一些人才，例如引入了知名运动品牌的人才担任我们的创意总监。在引进外部人才的同时也不断提拔内部优秀设计师，储备公司人才库。

Q: 运动赛道布局

A: 运动鞋服布局分为服装和鞋类。服装方面，从巴拉巴拉主品牌来说，2019

年已经开设专门的运动产品线，在线上 and 重要门店打造运动生活场景，当前正处在产品上市优化的时间段；鞋类方面，儿童鞋品未来是一个重要的增长点。公司团队围绕鞋类的产品端、研发端、渠道端进行努力，相信未来运动鞋会有比较好的增长。

Q: 高管增持

A: 前段时间，公司多位高管基于对公司前景看好，增持公司股票，这种情况在公司的高管团队中并不是个案。除此之外，公司员工也通过限制性股票、员工持股计划等多元方式持有公司股票，将自身利益与公司发展紧密结合。高管及员工持股增加，有利于完善公司股东结构，进一步提升公司治理水平，筑牢上市公司长期健康发展的基础。