

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：2024-006

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：电话会议
参与单位名称及人员姓名	国泰君安证券、中信建投证券、国盛证券、德邦证券、招商基金、汇添富基金、嘉实基金、中泰资管等
时间	2024年6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 证券代表 张爱宁
投资者关系活动主要内容介绍	1、2024年初以来的运价上涨对公司业务的影响？ 首先，公司坚持且不断深化的品牌化模式可以在不断强化头部品牌影响力的同时，凭借溢价能力的积累消化部分阶段性的成本波动；其次，公司基于品类的销售表现不断进行运输渠道的设计、选择配置和优化，比如，基于公司服装品类成熟的库存系统管理能力及较高的爆款水平，在库存风险可控的前提下，公司部分服饰品类逐步接入亚马逊的头程服务，对公司头程费率优化有明显推动，在运价上涨的态势中仍可通过渠道配置优化而将成本管理在较好水平。

2、亚马逊平台降低部分服装类产品佣金对公司的影响？

亚马逊佣金下降主要针对 20 美金以下的服装产品，公司有部分服装品牌产品位于这个价格带内，可以直接受益于此次佣金调整；对于定价偏高的品牌，公司也一直遵循给消费者更丰富便捷购物体验的目标进行配套产品开发，在品牌中提供更丰富的产品供客户选择，有部分新开发的商品也可以主动去适应亚马逊佣金优惠的价格带，同时公司也在借助供应链成本优化措施不断为消费者提供更具性价比商品。从 2024Q1 的数据来看，公司整体的销售平台费率约有 1 个多点的下降，随着产品配套力度的深化以及供应链成本优化的加强对定价调整的支持，有望扩大佣金下降的辐射范围。

3、头部品牌目前在亚马逊线上的市占率和未来的增长空间？

Coofandy: 尽管目前 Coofandy 已成长为我们品牌矩阵中体量最大的一个品牌，年销售额超过 10 亿，但它仍有较大的空间，因为亚马逊线上男装市场容量很大，Coofandy 现阶段整体市占率还较低，属于年轻且高成长的品牌。Coofandy 涵盖了男装的多个细分品类，现阶段较成熟的品类偏向于夏装及轻便通用男装品类，后续会基于季节因素和适用场景等因素，进一步拓宽品类及提升市占率水平。

Ekouaer 及 Avidlove: 目前这两个品牌在亚马逊线上的市占率水平较高，但也仍有提升空间，我们将凭借产品及运营优势持续提升所在细分品类中的市占率水平，同时根据客户需求，适当延伸部分相关联的产品。

4、未来还有哪些品类/品牌具有很大的发展空间？

公司以品牌矩阵的方式进行运营，我们在亚马逊平台上的多个细分品类中布局了多个品牌，未来希望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，将这些品牌逐步孵化成长。除现有的优势品类男装、家居服、内衣外，2023 年以来我们的女装品类也表现出色，女装市场是一个容量很大的市场，公司也会继续发挥在品牌运营和底层系统方面的优势，在女装的多个细分品类上继续发力。

5、对于欧洲市场的规划？

在区域选择方面，公司主要关注区域的消费力水平和潜力，因此短期内我们仍会重点关注欧美等整体消费水平较高的国家和地区，更适合公司现阶段品牌化业务的发展。过去欧洲区域收入增长不明显，是因为考虑到欧洲政治和经济环境的波动，我们主动对欧洲业务进行了收缩。亚马逊平台也在对优质卖家欧洲业务的开拓给予助力，2024 年我们会逐步加强对于欧洲区域的投入。2024Q1 我们欧洲区域已扭转了去年的下跌趋势，恢复至正增长。

6、如果中美关系紧张，加征关税，对公司业务的影响？公司的应对措施？

公司无法预判国际局势的变化，因此无法但对于未来可能出现的关税变化带来的影响做出预判，公司会坚持以数字底层支撑的品牌矩阵战略，提升品牌溢价能力，构建运营韧性，可以更好地应对外部环境的变化、减轻负面影响、获取竞争优势。同时，我们也在积极考察评估海外供应链布局，希望核心款式都能在东南亚找到对应的平行供应体系，基于成本、品质、响应柔性程度和合作链路通畅性等考量因素，逐步将部分订单转移至东南亚，转移的速度视后期合作和商谈的情况而定。

7、公司和 Tiktok、Temu 等平台的合作进展？

公司对于各类增速较快的新兴平台一直保持密切关注，很早就有配置专门的团队进行接洽，研究和测试平台规则和流量情况。如 Tiktok 平台，我们一直在摸索平台流量规律和公司开款、备货的平衡，特别是服装品类，在 2024 年才逐步在 Tiktok 平台加大投入力度，目前部分品牌崭露头角；如 Temu 平台，我们从 2024 年 3 月中旬开始接入半托管，目前销售表现和增势良好。

8、公司的海外仓使用情况，近期国家对跨境电商和海外仓业务的新政策意见对公司可能有什么影响？

对于非服装品类（如健身设备类），因其体积重量较大，

	<p>公司会主要使用自营的海外仓。同时，公司还基于完善的跨境仓储物流体系向第三方提供海外仓储服务。</p> <p>国家新政策释放了对于跨境电商行业大力支持的信号，期待后续更多细则的推进，对于行业人才吸引和培育、品牌出海、海外基础设施和物流体系建设等方面都有更多支持。以海外基础设施建设为例，随着更多的中国企业出海布局海外仓和物流配送体系，未来跨境电商卖家在海外仓储及物流渠道方面有望增加更多选择，更灵活、更具备价格优势且适应电商特性的综合解决方案有望进一步优化跨境卖家的仓配成本，提升服务质量，同时提升品牌商品的竞争优势。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024年6月13日