

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：2024-08

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"/> 现场调研 <input type="checkbox"/> 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） 其他与会人员：见附件
时间	2024年10月31日 10:00-11:00；13:30-14:00；15:00-16:00
地点	上海闵行区莲花南路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

### 投资者活动记录

投资者参与人：

2024年10月31日 10:00-11:00（电话会议）

王源	平安证券	樊荣	摩根大通
王立平	申万宏源证券	富雷	Y2 Capital Partners Limited
李璇	申万宏源证券	沈昊怡	上海榜样投资
曾令仪	华泰证券	左艾眉	趣时资产
朱炎	东方证券	杨霞	彤源资产
王瑞迪	中信证券	孙雪琬	景顺长城基金
王佳伟	国盛证券	陶青	泰康资产管理(香港)有限公司
侯子夜	国盛证券	刘奥	领颐(上海)资产管理有限公司
李施璇	华福证券	黄博涵	大成基金
周敏	浙商证券	汤仙君	上海君翼博星创业投资管理有限公司
杨欣	国金证券	张婷	华夏财富创新投资管理有限公司
糜韩杰	广发证券	吴张爽	华泰资产
雷玉	长江证券	张恒	深圳裕晋私募证券投资基金管理有限公司
柯睿	长江证券	姚咏絮	明河投资
孙萌	山西证券	张伟欣	彤源投资
朱洁宇	光大证券	李谦	杭州长谋投资管理有限公司
龚理	东海证券	靳晓婷	西部利得
张霜凝	开源证券	蔡辰昱	太平资产
赵博	国泰君安	张峦	华安基金
刘田田	东兴证券	高逸云	交银施罗德基金管理有限公司
唐圣炆	招商证券	赵超	太平基金
施红梅	东方证券	张庭坚	盈峰资本

邹文庆	国联证券	张炜舜	中庚基金
金叶羽	东方财富证券	肖璇	安信基金
韩欣	东方财富证券	慕陶	深圳中天汇富基金管理有限公司
胡晓蕊	海通国际	李东正	新华资产管理股份有限公司
游彤煦	申万菱信	隋思誉	大摩基金
陈婕	中金公司	万静茹	华泰资产管理有限公司
张浩嵩	嘉实基金	刘常青	进门财经
孙雪婧	国泰基金	龚昌成	个人投资者
鲍明明	中信证券	冯跃	个人投资者
任世伟	华西证券	杨建根	个人投资者

2024 年 10 月 31 日 13:30-14:00（电话会议）

王立平	申万宏源证券	陈弘毅	泰康资产
李璇	申万宏源证券	何若梅	泰康资产
镇婕	泰康资产		

2024 年 10 月 31 日 15:00-16:00（电话会议）

汤军	东吴证券	王丁	万家基金
赵艺原	东吴证券	黄美然	国君资管
赵宇	兴业证券	万静茹	华泰资产
王瑞迪	中信证券	孙雪婧	国泰基金
刘佳琪	国信证券	解睿	羊角基金
丁诗洁	国信证券	杨霞	彤源资产
赵博	国泰君安	智健	国泰基金
董建芳	广发证券	王斌	浙商基金
曹嘉诚	国信证券	陈娟	华夏未来资本
邹文庆	国联证券	Endy 卢	Suparana
王佳伟	国盛证券	赵超	太平基金
侯子夜	国盛证券	袁天娇	鹏扬基金
郝帅	银河证券	李诗睿	东吴人寿
曾令仪	华泰证券	Chen	CrisilIris

吴晨汐	开源证券	谢忆	Nomura
雷玉	长江证券	李大伟	新华资产
詹陆雨	浙商证券	马影疏	长安基金
吴思涵	中泰证券	林静	西部利得
杨默曦	东吴自营	刘欢	兴证资管
任世伟	华西证券	黄皓	九泰基金
王桃	中泰证券资管	谢楠	路博迈基金
曾知	长江养老	魏舒馨	泉果基金
付梦阳	华泰保兴基金	龚昌成	个人投资者
唐亮	上海东方证券资产管理有限公司		

### 电话会议交流内容：

2024年10月31日，公司发布了2024年三季度报告，并于当天组织了3场投资者电话会议，上午会议由平安证券纺服团队主持，下午第一场会议是一对多电话交流，下午第二场会议由东吴证券纺服团队主持。

包括申万宏源证券、广发证券、国盛证券、摩根大通等78家机构代表、个人投资者共116人次参加交流。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。

## 一、公司业务介绍

### 1、主要业务

森马服饰创建于2002年，是一家以休闲服饰、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。

公司拥有的两个主要品牌分处于两个不同细分市场，森马品牌所处的休闲服饰行业适用的着装场景丰富，在服饰市场中占据半壁江山，巴拉巴拉品牌所处的童装行业处于景气发展阶段，是服装行业中增长最快的赛道之一。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。随着消费市场的进一步扩大以及资源向优势企业集中，森马品牌和巴拉巴拉品牌在现有竞争优势的基础上，将迎来进一步的发展机遇。

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、宏观数据

前三季度，社会消费品零售总额 353,564 亿元，同比增长 3.3%。其中，除汽车以外的消费品零售额 318,203 亿元，增长 3.8%。服装、鞋帽、针纺织品类 10,225 亿元，同比增长 0.2%。9 月份，社会消费品零售总额 41,112 亿元，同比增长 3.2%，增速比上月加快 1.1 个百分点。其中，除汽车以外的消费品零售额 36,573 亿元，增长 3.6%。服装、鞋帽、针纺织品类 1,169 亿元，同比下滑 0.4%。

## 二、财务指标

### 1、营收和利润

2024 年第三季度，公司实现营业收入为 34.44 亿元，较去年同比增长 3.15%；较第二季度环比增长 22.30%。第三季度实现归属于上市公司股东的净利润 2.03 亿元，同比下滑 35.97%，主要是因为三季度的营业成本、销售费用及研发费用上升，影响了报告期净利润，其中，品牌运营、新开店铺及研发费用投入增加，将对公司未来的营收及业绩产生积极影响。

2024 年 1-9 月，公司实现营业总收入为 93.99 亿元，同比增长 5.62%；实现归属于上市公司股东的净利润 7.55 亿元，同比下滑 9.25%；扣非净利润 7.35 亿元，同比下滑 5.31%。

截至 2024 年 9 月 30 日，公司总资产为 180.91 亿元，归属于母公司所有者的净资产为 114.45 亿元。

### 2、存货

截至 2024 年 9 月 30 日，公司存货 41.68 亿元，较去年三季度存货 36.53 亿元增加 5.15 亿元，主要系本期存货采购增加，满足四季度的销售。四季度是服饰行业传统的销售旺季，国庆、元旦等重要节假日以及双十一、双十二等促

销节点的临近，将促进消费者的消费行为，同时第四季度是秋冬季节，天气因素的叠加也会提升消费者的购买意愿。公司会根据市场需求进行存货的管理。

从库存结构来看，库存结构优化明显，1年内库龄的新品较年初和同比均稳步提升，库存结构健康。

### 3、毛利率

2024年前三季度公司毛利率44.77%，较2023年同期毛利率44.13%增加0.64个百分点，较2024年上半年毛利率46.11%下降1.34%。其中，公司单第三季度的毛利率为42.44%，较2023年单三季度毛利率43.28%下降0.84%。

从数据来看，前三季度毛利率较去年有所提升，这一方面是得益于公司产品力的提升，销售折率相应提高，同时，线上新品销售折扣持续拉升，促进了产品毛利率的提高，全域同款同价产品比例提升也增强了品牌的全域一致性。分季度看，单第三季度的毛利率出现小幅波动。

### 4、渠道

报告期内公司新开店1,172家，净开店326家，其中，第三季度净开店123家。截至9月末，公司店铺共8,263家。

公司积极拓展店铺，改善渠道结构，努力提升渠道零售能力，促进和巩固以零售能力为核心的市场竞争力。

### 5、品牌运营及费用

近期，巴拉巴拉品牌在上海开启了一场线上线下联动的“热爱冬日”羽绒大秀，全程直播与消费者互动，重磅发布黑标羽绒。大秀以红黑二色为基础色调搭建，解读童装时尚氛围，雪花作为贯穿全场的元素，彰显“童年不一样”的品牌精神。在巴拉巴拉“热爱冬日”羽绒大秀上，品牌大使吴尊携女儿Neinei、儿子max领衔行走在巴拉巴拉冬日秀场，品牌挚友李嘉格、刘丹、杨梓鑫也亮相现场。该活动有效触达消费者，获得良好的流量点赞和影响力。

森马品牌携手脱口秀演员徐志胜、群玉山、音乐人周菲戈、导演张大鹏共同创作演绎《绒毛的歌》创意短片，展现了羽绒服的生产过程，向观众传达了森马所倡导的“高洁净1000+”的理念。

森马品牌在上海举办了冬季羽绒发布会。活动现场，品牌发布了全新的洁净羽绒服系列，并提出了羽绒服选购的新要点——“森马高洁净1000+，上一

代羽绒看保暖，新一代羽绒看健康”。“清洁度”是羽绒制品的一项重要卫生技术指标，清洁度高的羽绒含有的杂质少，能减少异味、细菌的滋生。

羽绒服清洁度国标要求是大于等于 500mm+，而森马此次发布的“高洁净 1000+”羽绒服达到了 1000mm+，从产品研发端把控羽绒品质，为大众消费者带来更加舒适、安心的羽绒服选择。

森马品牌基于消费需求，从“舒服体验品质生活”的品牌定位出发，面向大众家庭全年龄段，将羽绒服的新标准——高洁净 1000+在羽绒服穿着场景中进行延伸，不仅推出了轻羽绒系列，也涵盖了户外羽绒系列，满足日常通勤、户外活动等多重体验。新品发布会在天猫、抖音等平台同步直播，有效触达消费者，传播品牌理念。

2024 年前三季度，公司的销售费用为 23.45 亿元，较去年同期 21.50 亿元增加 1.96 亿元，同比提升 9.10%。主要是线上投流和加盟商线下开店道具支出费用同比增加。

2024 年前三季度，公司的研发费用为 2.10 亿元，较去年同期 1.74 亿元增加 0.36 亿元，同比提升 20.63%。

研发费和广宣费的增长将有利于公司产品品质的提升，更好地满足消费市场需求，促进销售收入增长。

### 三、零售情况

前三季度，公司整体零售增长 2.08%，其中，森马-1.69%，巴拉巴拉 2.91%。线上 12.28%，线下-2.09%。

公司 10 月份销售表现较好，10 月份截至今日，包括直营与加盟、线上与线下在内的全渠道整体零售呈双位数增长。四季度开局良好，随着国家促进消费的各项经济措施逐步落地实施，经济复苏进程将加快，我们期待公司乃至行业在四季度获得良好的增长与发展。