

证券代码：603808

证券简称：歌力思

深圳歌力思服饰股份有限公司

投资者关系活动汇总表

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>电话会议</u> ）
参与单位名称及人员姓名	国泰君安、华西证券、华福证券、国信证券、兴业证券、中信证券、海通国际、招商证券、中金公司、光大证券、国盛证券、长江证券、海通证券、申万宏源、东方证券、东方财富证券、平安基金、上海半夏投资、上海波克私募基金管理合伙企业、润晖投资、精至资产、国金证券、华安基金、交银施罗德基金、嘉实基金、长信基金、大成基金、西部利得基金、厦门中略投资、汇丰晋信基金、华宝信托有限责任公司、瑞达基金、山西证券股份有限公司资管、广东广金投资管理有限公司、华夏理财有限责任公司、广发证券、开源证券、东吴证券、东兴证券、国元证券、浙商证券、山西证券、平安证券、太平洋证券、中泰证券、德邦基金。
时间	2024年10月30日星期三 10:15-11:15 2024年10月30日星期三 14:30-15:30 2024年11月22日星期五 10:30-11:30
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	歌力思董事、副总经理、董事会秘书 王薇
投资者关系活动主要内容介绍	交流的主要内容及回复概要： 一、2024年前三季度概况 2024年前三季度收入21.52亿元，同比增长4.20%，其中国内业务同比增长11.5%，在行业内表现比较突出。第三季度营业收入7.04亿元，同比增长1.64%，其中国内业务收入同比增长5.3%。 分品牌看，国际品牌中 self-portrait 第三季度同比增长32%，前三季度同比增长18%，特别是第三季度在低景气的消费形势中表现很出色。主要得益于公司对 self-portrait 的良好运营、品牌的沉淀以及对社交媒体营销传播的优秀能力，如借助热播剧《玫瑰的故事》快速进行全网推广，对带动销售增长起到

了很好的作用；Laurèl 第三季度增长 9%，前三季度增幅达到 21%，从前三季度看是公司增速最高的品牌；IRO 品牌虽然海外业务冲击较大，但中国区发展良好，IRO 中国区第三季度同比增长 8%，前三季度同比增长 15%；主品牌歌力思三季度单季基本持平，其中直营是保持了增长的，前三季度增幅达到 14%；Ed Hardy 处于持续调整状态，今年受到消费市场下行的大环境影响，有一定幅度下降。

2024 年前三季度归母净利润为 2152.52 万元，第三季度出现亏损主要由于 1) 受海外通货膨胀、地缘局势等宏观因素影响，海外收入持续下滑，且刚性费用很高，另外随着海外业务调整，目前在加速不良店铺关闭，带来额外费用，进一步导致海外业务三季度亏损加大。随着海外市场不景气超预期，第三季度公司在与海外专业中介机构接洽制定海外调整方案，涉及整体商业模型的优化，将加快、加大力度推动海外调整，加速调整会加大短期费用压力，但可以减少长期海外对利润的拖累。

2) 国内直营店铺增加导致相关费用增长以及唐利国际业绩差预期较多，使得国内业务利润有所下降。

3) 投资收益方面，百秋尚美在奢侈和高端时尚品牌的代运营方面建立了很强的护城河，第三季度投资收益同比下降主要是因为百秋尚美近年在大规模培育直播业务，投入占比较大，此外今年政府补贴有所下降。

二、主要问题及公司回复概要

1、前三季度分销渠道收入下滑的原因？

答：公司前三季度加盟渠道下降的主要原因是海外 IRO 的批发业务受到海外宏观环境下行影响较大；ELLASSAY 品牌加盟收入相对稳定，库存水平较为可控。

2、前三季度线上收入快速增长的原因？

答：公司前三季度线上收入同比增长 38%。公司近年来线上推行多品牌多平台的全面发展策略，持续抓取线上各个渠道的增长机会，前三季度歌力思品牌实现抖音平台大幅突破，天猫也延续良好增长；Laurèl 品牌在天猫、唯品会均取得优秀增长，同时积极探索小红书的布局；self-portrait 品牌在抖音也有重大发展，天猫保持在国际品牌第一梯队；IRO 品牌中国区抖音取得快速增长，同时积极探索唯品会的布局；Ed Hardy 品牌积极推动线上货品结构调整。目前公司线上收入占比约 17.5%，未来仍有提升空间。公司会坚持多品牌多平台发展战略，继续提升公司的电商运营能力，力争继续提升公司电商收入占比。

3、前三季度线上销售毛利率提升的原因？

答：公司前三季度毛利率为 68.63%同比增加 0.75pct，其中线上销售毛利率为 63.68%，同比增加 4.98pct。公司在产品折扣率控制上保持严格，其中线上

毛利率的提升主要受益于天猫正价化趋势与抖音用户对高单价产品的接受度提升，毛利率较高的正价商品占比持续提升。

4、公司对于费用管控的策略？

答：费用控制是公司的重要任务，公司一般会根据年初预算进行费用拆解，今年会在正常范围内，对费用做出更严格的管控。目前导致公司费用率高的主要原因是海外业务，公司综合评估论证后，已经聘请专业中介机构在制定相关业务调整以及降本增效的方案，会对 IRO 品牌海外业务加快加大调整改善的措施，优化商业模式，且采取更为严格的费用控制措施。预计一定时间内会增加费用压力，但将加快推动公司的调整步伐。

5、前三季度库存同比增加的原因，公司对于库存管理的政策是怎么样？

答：近几年伴随多品牌策略的推进，销售额持续增长，同时随着电商规模的快速发展，目前部分平台的库存货品供应还不够充足，因此存货规模相应有所增加。从经营角度看，目前公司库存周转仍处于相对良性可控范围，接下来旗下几个品牌会更加严格加强库存管理，公司也将持续积极拓展优质奥莱店铺等各类库存消化渠道，进一步提升库存周转的效率。

6、ELLASSAY品牌经销商的库存水平是什么趋势？

答：公司对于经销商的库存提供了最大化的支持政策，协助经销商消化库存，目前加盟商整体库存水平较为良性可控。

7、公司全年渠道扩展计划如何？

答：公司的开店规划主要与各品牌所处的发展阶段相匹配，歌力思全年将保持合理的新开店计划，净开店数量需要考虑老店淘汰数量。国际品牌中，self-portrait、Laurèl、IRO 中国区均处于良好的成长期，前三季度总体保持了合理的扩张速度。海外市场随着调整方案推进将会加速门店调整。

8、公司海外业务的调整有什么进展？

答：为更好的帮助海外业务做出改善，公司综合评估论证后，已经聘请专业中介机构在制定相关业务调整以及降本增效的方案，会对 IRO 品牌海外业务加快加大调整改善的措施，优化商业模式，且采取更为严格的费用控制措施，将加快、加大力度推动海外调整，减少长期海外对利润的拖累。

9、公司毛利率提升的原因？

答：公司前三季度毛利率为68.63%，同比提升0.75pct，主要原因是公司对于产品销售折扣进行更严格的管控，同时线上毛利率有所提升。

10、公司旗下已经有多个品牌，未来计划如何提升各品牌的竞争力？

答：第一，设计研发对于品牌是至关重要的，公司未来会继续强化设计研发

	<p>投入。第二，品牌管理上，公司会持续提升品牌的形象，包括店铺等视觉形象，同时加大在社交媒体上的营销传播。第三，在渠道上，持续开拓更多优质店铺。第四，公司将会加强营业管理效率，继续提升单店销售。</p> <p>11、公司数字化管理水平如何？</p> <p>答：公司在持续推进数字化，从供应链端看，公司搭建了供应链管理系统，实现了从原材料采购、生产加工、物流配送到库存管理的全链条数字化管理；从后台管理角度看，公司通过搭建大数据平台、数据分析系统，已经形成了集团总经办、商品中心、会员中心、销售中心、财务中心五大中心 32 套数据分析体系；从会员管理看，公司可以实现通过数据回流分析生成会员画像，并借由自动化引擎在微信等社交平台实现全域内容管理与触达。</p>
附件清单（如有）	无
风险提示	<p>以上如涉及行业预测、公司发展战略、公司未来计划等相关内容，不构成公司或公司管理层对投资者的实质承诺。公司指定信息披露媒体为《上海证券报》《证券时报》《中国证券报》《证券日报》及上海证券交易所网站（www.sse.com.cn），公司所有信息均以在上述指定媒体和网站披露的为准。敬请投资者注意投资风险。</p>