

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：2025-003

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☒业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他：电话会议
参与单位名称及人员姓名	国泰海通证券、长江证券、财通证券、信达证券、中信证券、东吴证券、中金公司、浙商证券、东北证券、海富通基金、金鹰基金、point 72、尚诚资管等机构
时间	2025 年 8 月 29 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	财务负责人 林文佳 董事会秘书 张爱宁 证券事务代表 张凯丽
投资者关系活动主要内容介绍	1、2025Q2 利润率环比改善的原因？ 2025Q2 利润率环比改善主要来自于非服业务亏损收窄和服饰业务利润率提升，其中非服业务亏损收窄贡献较大：非服业务自去年下半年开始进行去库存，伴随着库存商品的出清，亏损金额逐步收窄；服饰业务利润率提升主要由于公司在 4 月中旬对于部分产品进行提价，同时推广费用降低，因此利润率有所提升。

2、公司服饰产品的提价幅度有多少？美国关税暂缓征收后，公司的价格策略是否有调整？

产品具体提价幅度将结合各品类自身竞争环境灵活确定。在贸易摩擦剧烈升级的阶段，部分卖家无法进行正常补货配置，公司会基于充足的海外库存进行价格设定以适度放慢销售速度；在关税暂缓征收的背景下，公司价格策略的核心逻辑仍以平衡市场竞争态势为首要原则，会结合竞品的价格设定、市场地位及公司自身的库存储备等因素进行灵活的价格设定，始终以稳健策略应对市场变化。

3、2025 年上半年各品牌增速表现分化的原因？

从今年上半年各品牌的表现来看，男装品牌增速相对较慢，主要由于去年公司进行了比较大力度的细分品类布局、推广和充足的备货，新布局的细分品类本身需要一定周期进行深耕运营，今年公司并未持续叠加类似去年的大力度营销推广，而是更强调基于去年的布局成果进行精细化运营，细分品类的培育、用户心智的建立及运营效能的释放需要一定周期，因此相较去年的高增长阶段，今年增速呈现更为温和的态势。随着后续推广策略的持续优化与落地，男装品牌的增长动力有望逐步增强，实现增速的适度回升。

除男装外，其余品牌今年的增速均符合公司此前设定的预期目标，整体经营节奏平稳可控。

4、小包直邮的关税增加之后，我们看到亚马逊第三方卖家增速有所提升，这对于公司下半年的增长是否会有推动作用？

亚马逊与独立站等采用小包直邮模式的平台，其核心消费群体存在一定差异。当小包直邮业务面临限制时，可能出现部分流量向亚马逊平台转移的情况。不过，从短期来看，这一流量转移的具体规模、实际流向，以及最终对公司业务产生的影响，目前仍难以精准判断。

公司并未将增长预期过度依赖于外部流量的潜在转移，而是始终将重心放在通过优化自身运营策略、提升精细化运营能力上，以此夯实业务基础，实现更具稳定性和可持续性的内生增长。

5、过去 3 个季度库存金额持续下降，但是马上又到了传统的备货旺季，公司如何展望后续的库存变化？

公司去年为加速提升各品类市占率，进行了较大力度的新品发布和营销推广，同步配套了较大规模的备货计划，因此去年三季度库存金额处于较高水平。今年公司的运营策略有所调整，整体运营导向是基于去年覆盖的品类去做结构优化和效能提升，同时，考虑到当前关税政策存在不确定性，以及公司在东南亚等地区进行的供应链寻源储备的逐步完善，公司今年的备货将采取相对谨慎的策略，会将库存控制在合理范围之内。

6、非服饰业务中，哪些品类是表现还不错的，哪些品类是公司以后不会再投入资源的？

非服业务在过去期间对公司业绩拖累较为严重，因此公司一直在针对非服业务做品类收缩和减亏的动作。在非服业务板块中，部分品类虽已沉淀了较好的运营经验，且利润率保持在较好水平，但受限于业务规模和非服品类各自的独特性，公司在资源投入与竞争力构建上较难在非服品类内部形成规模化

	赋能效应。基于此，公司对非服业务确立了严控投入的总体策略，未来将以更审慎的态度规划资源分配，聚焦核心目标，确保业务调整成效最大化。 7、Ebike 品类现在亏损还比较严重，后续的规划是什么？ 公司早期基于品类运营经验和品类市场空间的考虑，在 ebike 这个品类中投入了大量研发资源，并形成了阶段性研发成果，但相关成果的市场验证与价值转化尚需一定周期。在此阶段，公司将严格控制对 ebike 业务的新增资源投入，同时更侧重于引导团队通过内部运营优化挖潜，进一步提升业务运营效率，以更精益化的方式推动该品类逐步实现价值落地。 8、公司供应链往越南迁移的比例？合作工厂是什么类型的工厂？ 公司已在东南亚布局有充足的平行供应商资源，构建起完善的供应链备选体系，如果面临极端情况，公司可以通过订单快速转移，保障供应链稳定运行。从当前实际运营情况来看，为平衡成本优势与供应链灵活性，订单转移暂未大规模开展。现阶段工作重点聚焦两点：一是通过向越南工厂下达前置订单，持续磨合生产各环节，逐步跑通并优化本地化生产流程；二是与外部供应商维持常态化沟通和小规模前期合作，动态完善合作预案，为潜在极端情况提前做好准备，筑牢供应链安全屏障。
附件清单(如有)	无
日期	2025 年 8 月 29 日