

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：2025-004

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	信达证券、国泰海通证券、方正证券、国金证券、中信建投证券、东吴证券、财通证券、国海证券、东北证券、浙商证券、申万证券、中信证券、国海证券、中金公司、华泰证券、华西证券、光大证券、国投证券、中泰证券、华福证券、建信养老、华富基金、金鹰基金、上海兆天投资、国联基金、中国人寿养老保险、海富通基金、南方基金、国投瑞银基金、银万资本等机构
时间	2025 年 10 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、公司未来在品牌策略和品牌力提升方面有何考虑？ 针对头部品牌和中小品牌，公司采取差异化的发展策略：

	1) 头部品牌：鉴于其在亚马逊平台的收入体量已达到较高水平，策略核心为通过品牌级推广提升品牌的本土影响力，具体将依托多元营销矩阵，包括举办线下活动、开展 IP 联名合作、进行赛事赞助等，进一步强化品牌知名度；2) 中小品牌：现阶段仍依托公司成熟的品牌孵化经验，以线上推广方式和数字化运营快速提升线上市占率，同时借助 AI 赋能，助力其高效打通线上运营链路、提升在线上平台的竞争力。 2、公司在品牌矩阵的布局规划中，将选择进一步扩充品牌数量，还是向核心品牌方向聚焦？ 目前品牌孵化策略是在前期布局的基础上选择核心品牌进行聚焦和突破，选择范围和资源投入水平会依据竞争环境的变化和品类机会的监测而有适度变化，这个一方面是基于充分布局后进行的有效筛选，另一方面也是考量当前外部市场环境的不确定性而进行扩张节奏和经营目标的管控，进一步平衡规模和效益。 3、头部品牌未来的增长空间如何？ 男装、家居服等头部品牌，目前已达到 20 亿的销售量级，该等体量在亚马逊平台的垂直品类中属于较大体量，因此会在某个阶段出现在单一平台增速放缓的情况。公司将从三个方面推进突破：1) 延续原有核心策略，通过品牌建设等综合手段扩大品牌影响力，为增长赋能；2) 结合市场竞争格局与内部优势，结合数字赋能，动态进行策略组合排配，同时深化客群需求挖掘，探索新的增长路径以突破增速瓶颈；3) 积极开发新区域和新渠道，将品牌影响力通过多市场和多渠道进行转化。 4、中小品牌孵化方面，今年哪些品牌表现较好？ 在新品类和新品牌孵化方面，今年童装和运动服饰品牌表
--	--

现较好，未来将重点关注如何进一步提升市占率和品牌影响力，以及扩大客群范围，提升规模层级。

5、公司线下渠道拓展的进度？

线下渠道拓展方面，公司今年重点推进与大型商超等线下渠道的合作。经前期深度沟通和洽谈后，公司已与 Walmart、Sams、Target 等头部商超开展线上和线下联动合作，当前正有序推进选品、报价等落地流程；另一方面，与 TJ Maxx、Costco 等商超的合作洽谈也在稳步推进中。

6、在中美关系变化的背景下，公司如何规划全球供应链布局？

公司的供应链布局需平衡短期采购性价比和长远战略布局，早在中美关税摩擦升级之前，公司已进行海外供应链的前置布局，全面推进核心品类的海外供应链的洽谈和储备工作。结合当前中美关系态势，现阶段订单主要从中国发出，这一选择基于中国在资源供应稳定性、加工品质及生产效率上的优势。同时，公司已同步储备应对摩擦的多层次方案，除前期完成考察与布局并进行工厂建设的东南亚区域外，还正在推进非洲等其他潜力区域的产业链深度调研，希望储备多层次供应链资源，以备公司可以围绕成本优势、品质稳定性、前置战略布局等多重维度在不同阶段灵活进行海外供应商的订单规划。

7、公司在市场区域拓展方面有什么规划？

公司的市场拓展方向未变，仍关注区域拓展消费力水平与增长潜力，以美国和欧洲为主。2024 年公司重点发力欧洲市场并取得显著成效，近两年公司服装业务在欧洲市场高速增长，未来我们将持续加大欧洲市场投入力度，深化区域布局。

8、如何看待线上竞争激烈的问题？

	市场竞争始终存在，即便在较高市占率背景下依旧会面临价格冲击。为应对竞争，公司需构建更全面的防御体系，如通过加强头部品牌的品宣力度提升其品牌影响力，通过优化运营提升中小品牌的运营效率。同时，公司非常重视 AI 在全链条上的技术赋能，针对电商运营的各垂直应用场景，公司自研部分 AI 垂类应用来实现降本增效及快速、精准决策的目的。长远来看，低质量竞争也将因多维度监管等因素受到制约，公司作为合规商家，在市场环境优化后有望收获更大效益。 9、渠道方面，除亚马逊以外的渠道，其他渠道比如 Temu 和 TikTok 的打法有什么不一样？ 今年前三季度 Temu 和 TikTok 的销售额合计占比约为 5 个百分点左右。Temu：公司采取半托管业务模式，鉴于平台政策和流量存在一些波动，我们会根据平台动态变化和运营利润情况，灵活调整运营策略；TikTok：头部的几大品牌已在该平台开设账号，运营方式涵盖达人代播与自有账号直播，目前销售规模较小，除销售功能外，该渠道更侧重品牌曝光与用户互动，是我们进行品牌宣传的一个重要渠道。
附件清单(如有)	无
日期	2025 年 10 月 29 日