

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 checked="" 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	国新投资有限公司、华安基金管理有限公司、创金合信基金管理有限公司、交银施罗德基金、长江证券（上海）资产管理有限公司、浙商证券、华泰证券、上海彤心雕珑私募基金管理有限公司、厦门中略投资管理有限公司、山西证券、中金公司、华金证券、华福证券、招商证券、东方财富证券、合众资产管理股份有限公司、深圳猎投资本合伙企业(有限合伙)、上海孝庸私募基金管理有限公司、华西证券、长江证券、国泰海通证券、东方证券、国盛证券、东北证券、开源证券、国金证券、中国银河证券、东兴证券、申万宏源证券、兴业证券、光大证券、天风证券、德远投资、招商证券、景林资产、南方基金、嘉实基金、泰鼎私募证券基金、中融基金、招商基金、华富基金、泰康资产、宁波三登投资管理、深圳尚诚资产、天治基金、创金合信基金、广东乐赢私募基金、宜宾发展创投有限公司、西藏源乘投资管理有限公司、北京联创投资集团股份有限公司、鹏扬基金、明河投资、富安达基金、胤胜资产管理有限公司、宁波嘉富行远私募基金、深圳金牛咨询有限公司、海南飞恒私募基金管理有限公司、鑫融长弘投资、深圳市前海瑞投金控资产管理有限公司、深圳市福华投资管理有限公司、信达证券、中信证券、梦工厂投资。
时间	2025年10月30日星期四 10: 15-11:15 2025年11月14日星期五 14:00-15:00 2025年11月19日星期三 10:30-11:30 2025年11月20日星期五 14: 30-15:30 2025年12月12日星期五 14:30-16:30 2025年12月22日星期一 15:00-16:00
地点	电话会议、公司现场
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

	<p>交流的主要内容及回复概要:</p> <p>一、2025年前三季度业绩概况</p> <p>2025年前三季度，公司多品牌矩阵协同发力，实现营业收入20.19亿元。由于Ed Hardy不再纳入合并报表范围，剔除此影响的可比口径下，营业收入同比增长2.4%，其中国内市场收入同比增长约6.0%。公司持续强化经营效率，盈利能力明显提升，归母净利润获得大幅增长，前三季度的归母净利润达到1.14亿元，同比增长427.3%。</p> <p>2025年前三季度公司线上保持良好发展，可比口径收入同比增长15.4%至3.69亿元，线上销售占比较去年同期提升1.94个百分点至18.6%。其中，self-portrait品牌在天猫、抖音均取得良好发展，推动线上收入实现41.4%的快速增长；IRO品牌在天猫平台稳健增长，抖音实现高效突破，线上收入同比高速增长50.8%；Laurèl品牌在天猫也延续了良好增长，抖音、小红书实现突破，线上收入同比增长15.1%；Ellassay品牌在天猫和抖音平台保持了稳健的表现。</p> <p>2025年前三季度，从“设计-供应链-商品管理-品牌运营”的链路全面积极拥抱AI技术，提升各部门的运作效率。公司严格预算管理，加强营销活动品销合一，全面提升了公司经营效率能力。海外地区降本增效举措有序推进，加速优化低效门店，费用得到有效控制。2025年前三季度，公司销售费用率、管理费用率同比分别降低2.55、1.50个百分点至48.3%、7.1%。存货周转率从去年同期的0.72次提升至0.88次。公司持续加强快速反应并控制备货规模，经营活动净现金流增长了72.8%。综合努力下，公司降本增效持续显效，盈利能力明显提升，前三季度公司归母净利润同比增长427.3%至1.14亿元。</p> <p>二、主要问题及公司回复概要</p> <p>1、公司毛利率变动的原因？</p> <p>答：毛利率受到多个因素影响，包括渠道结构、产品结构和销售折扣等，其中销售折扣上，公司高度重视维护品牌，对于产品销售折扣进行严格的管控，当季商品销售折扣较为稳定。公司前三季度毛利率有所下降，主要因为加大了往季库存消化，这短期影响了公司的毛利率，但公司当季货品销售毛利率保持稳定。由于往季货品已在去年份计提存货减值，因此往季货品消化对净利润率影响较小。</p> <p>2、公司存货周转改善原因？</p> <p>答：公司库存循环处于良性可控范围，公司今年前三季度进一步加强商品供</p>
--	--

应链管理，加大快速反应生产能力，且积极拓展优质奥莱店铺等渠道，在可比口径销售保持增长下，改善了库存周转效率，存货周转率从去年同期的 0.72 次提升至 0.88 次。

3、公司门店拓展的计划？

答：公司前三季度国际品牌 self-portrait、IRO 中国区保持合理净增长，Laurèl 品牌门店保持稳定，ELLASSAY 品牌近几年持续渠道升级，开拓更优质的门店，对达不到品牌定位的店铺进行关闭。未来公司将更注重各品牌的品牌势能打造，提升单店质量，有序推进旗下品牌的合理门店规划。

4、公司销售费用率改善的原因？

答：2025 年是公司的降本年，公司持续推进流程优化、严格预算管理，各品牌全面强调营销活动品销合一。同时，公司从“设计-供应链-商品管理-品牌运营”的链路全面积极拥抱 AI 技术，提升各部门的运作效率。2025 年前三季度，公司销售费用率、管理费用率同比分别降低 2.55、1.50 个百分点至 48.3%、7.1%。

5、公司海外业务改善情况？

答：法国 IRO 品牌海外业务降本增效措施目前正有序实施，2025 年前三季度海外业务有序关闭低效门店，并加强品牌和产品设计研发投入，加速推进降本增效，海外业务前三季度逐步改善。未来将根据海外经营环境灵活调整，保留可良性发展的门店，也会继续加强品牌和产品设计研发投入，推动法国 IRO 品牌持续恢复健康发展，相信明年将继续改善。

6、公司在哪些方面进行了AI投入？

答：2025 年是 AI 技术高速发展的一年，公司高度重视 AI 为企业经营管理效率提升的作用。

1) 集团层面成立了 AI 领导小组，自上而下地加速 AI 在集团内部的推广应用，并设立“最佳 AI 应用奖”，鼓励集团上下积极拥抱 AI 技术，同时内部设立 AI 社区，推动员工对于 AI 应用进行交流互动，加强内部学习氛围。

2) 在设计方面，公司持续加大在设计企划提案中蝶讯 AI、LookAI、iMuse、Nano banana 等国内外先进 AI 工具的使用，提升企划和设计阶段的效率和细节的精准度。

3) 供应链和商品管理方面，公司与外部 AI 供应商合作自主研发供应链智能体系统，实现 AI 自动解析采购需求，动态预测需求波动，调整采购计划，避

	<p>免库存积压或短缺，明显提升了公司自产的快反比例；公司与外部商品管理 AI 服务提供商合作，搭建 AI 智能商品解决方案。</p> <p>4) 营销和运营方面，公司使用 AI 技术，制作各品牌产品 lookbook、多场景服装的图片展示和视频，提升生图效率并节省拍摄费用。</p> <p>5) 管理方面，公司引入了 AI 智能洞察工具，利用企业大数据+AI 分析，协助帮助门店进行销售诊断分析，提炼影响经营的关键因素。</p>
	<p>7、公司前三季度利润增长的原因？</p> <p>答：今年公司前三季度归母净利润同比增长427.3%至1.14亿元，主要原因是：1) 公司旗下多品牌在国内市场稳健发展，收入获得了稳步增长；2) 国内经营管理效率提升，费用率有所下降；3) 公司通过加速优化低效门店、加强预算管理，费用进一步控制，海外业务逐步改善。</p> <p>8、公司未来对于电商业务的规划是？</p> <p>答：公司对线上渠道的发展非常重视，未来仍将挖掘多平台的发展机会，通过多品牌实现线上机会的全面挖掘。2025年前三季度线上可比销售占比同比提升1.94个百分点至18.6%。与中高端女装行业优秀同业的水平仍有提升空间。未来我们会坚持多品牌多平台发展战略，持续加大电商投入，继续提升公司的电商运营能力，扩大公司电商收入。</p> <p>9、歌力思在设计上的AI运用起到了什么效果？</p> <p>答：公司利用最先进的AI工具，改变了设计工作流，大幅提升效率和设计的创新能力，相信在明年的产品上会有所体现。</p>
附件清单（如有）	无
风险提示	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。