

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： 2026-03

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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： 1、董事长、总经理邱坚强 2、董事、副总经理兼财务总监陈新生 3、独立董事蔡丽玲 4、董事会秘书宗惠春
时间	2026年4月22日（周三）15:00-16:00
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台” ( <a href="https://ir.p5w.net">https://ir.p5w.net</a> )采用网络远程的方式召开业绩说明会
形式	网上业绩说明会
交流内容及具体问答记录	<p>公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复：</p> <p>1、请问公司森马，巴拉巴拉品牌2025年市占率分别是多少？谢谢。</p> <p>森马和巴拉巴拉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</p>

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。2025 年权威咨询机构欧睿国际（EuromonitorInternational）正式评定巴拉巴拉为“全亚洲第一童装品牌”，并颁发官方授权证书。

**2、我家小孩上小学了，从小穿巴拉巴拉，但是到现在这个阶段感觉适合他的巴拉巴拉产品越来越少。希望加大青少年产品的研发**

公司立足“森马伴你一生”的企业理想，长期以来，致力于打造多维的品牌矩阵，满足不同消费者的消费需求，感谢您对巴拉巴拉品牌的关注，希望森马的品牌矩阵能够满足您家庭的消费需求。

**3、公司手握大量现金，是否考虑通过并购实现公司快速增长**

感谢投资者对公司的关注。公司长期关注业内优质标的，会结合公司发展需要以投资、合作等方式推进多品牌战略发展的实施，如有相关计划，公司将按照相关规则进行披露，请予关注。公司指定信息披露媒体为巨潮资讯网（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）。

**4、巴拉巴拉刚推出鞋子的时候还挺惊艳的，可是现在去线下实体店看鞋子平平无奇，款式和颜值都很一般。希望加大青少年篮球鞋，跑鞋等运动鞋的开发。**

感谢您的关注。公司一直在加大鞋品方面的研发设计投入。目前户外鞋、运动鞋等均属于巴拉巴拉的核心品类。此外，公司还代理了 AsicsKids、PUMAKIDS 品牌。AsicsKids 拥有全球跑鞋领域的技术积淀，专注儿童足部发育科学，打造适配不同年龄段的功能性运动鞋服。PUMAKIDS 以“胆色、自信、坚定、痛快”为价值观，融合街头文化与运动基因，致力于打造兼具潮流感与功能性的儿童时尚运动鞋服。这些品牌传统上在鞋品方面的

优势，也会助力到巴拉巴拉品牌在鞋品研发设计方面的发展进步。

5、请问国家育儿补贴实施后，公司针对婴幼儿尤其0-3岁产品的需求有无明显的变化？谢谢。

公司以消费者需求为中心、消费者洞察为依据开发运营产品。从目前看，巴拉巴拉的婴幼儿业务增长良好。

6、你好，按照高级管理人员薪酬管理制度，高管未来跟公司业绩正向挂钩，且不低于50比例的绩效薪酬在年度报告披露和绩效评价后支付，请问实在目前保持不变的薪酬之内展开，还是保持原先的基本薪酬不变，新增了50考核比例？谢谢。

公司2026年3月31日披露了《董事、高级管理人员薪酬管理制度》并经公司2025年度股东大会审议通过。公司董事和高管的薪酬制定和支付会按照相关制度并结合原有薪酬体系执行。

7、去年电影《疯狂动物城2》票房大卖，联名款服装需求一度呼声很高，公司随后也很快在线上推出了对应的产品，反映了公司的快速的反应能力和强大的供应链能力，但是认真审视的话，当初出的产品还有很大的进步空间，第一当时的IP还是电影的第一部相关元素，是否IP管理合作还是存在一定的优化空间？第二线下实体店铺并没有同步铺货，是否固定的订货会模式限制了线下快速反应的能力？

公司旗下各品牌会根据品牌定位、消费者画像，引入IP资源，开展合作，建立与消费者更深层次的情感连接。公司在内部已建立IP全周期管理制度，建立从IP的引入、产品开发、产品销售等全过程关键环节的管理。未来，公司将持续做好联名产品的设计研发工作。

8、今年化纤氨纶棉花燃料等不同程度的涨价，是否会公司本就不高的净利率造成压力？谢谢。

原材料的价格波动比较大，依靠扎实稳定的供应商合作关系和强大的供应链管理能力和品牌定位的角度，不希望大规模调整价格，我们计划，未来终端价格带会基本锁定，变化不大。同时我们也对原材料保持紧密关注，并与供应链进行交流。服装产业链较长，原材料成本上升可在多节点分别消化，最终传导至消费者价格上涨有限，具有产业链优势的企业通过合理的价格管控，可以更好地消化成本压力。

**9、今年除了现金分红外能不能来一次实物分红。给老股东发件纪念服**

感谢您的关注和支持。

**10、公司的为何不扩展宠物服装市场？目前随着人口出生率下滑宠物经济爆发式增长？很多人都拿宠物当孩子养。进军宠物服装市场也不算跨行业呀？**

感谢您的意见和建议，谢谢。

**11、公司为什么不回购自己的股票而去理财？现在森马股票价格这么低估，机构压股价，公司为什么不进行维护股价？**

感谢投资者对公司的关注。股票价格受宏观经济政策、证券市场环境、行业发展状况以及公司经营业绩等多种因素影响。公司自上市以来始终致力于发展主业，公司管理层勤勉尽责，努力经营，提质增效，提升公司盈利能力，并通过持续分红等措施为投资者创造价值，切实提升股东回报，为广大投资者创造长期价值，回馈投资者。

**12、能不能给今年来一个可落地的预期**

关于公司经营情况请您关注公司定期报告。公司指定信息披露媒体为巨潮资讯网（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）。

**13、公司线上销售占比越来越大，但是多数款式为线上专供，这种经营模式一定程度上造成了线上线下的**

**利益冲突，请问如何解决这个问题？是否未来计划打通线上线下，甚至可以线上购买，线下退换？谢谢。**

公司目前线上销售占比持续提升，根据渠道用户偏好进行差异化产品布局是公司重要战略，初衷是为了更精准地满足线上消费群体的需求。

对于渠道间可能存在的利益平衡问题，我们内部一直在持续优化：一方面通过清晰的产品区隔、价格体系管控减少冲突；另一方面不断强化供应链效率与运营协同，让线上线下各自发挥优势，形成互补而非竞争。

未来，公司会坚定推进全渠道融合战略，以消费者体验为核心，逐步打通线上线下会员、库存、服务体系。我们的愿景是让消费者无论在哪个渠道购买，都能享受到同样便捷、可靠、一致的服务体验。

我们始终把消费者利益放在首位，未来也会持续优化渠道布局，让线上线下协同发展，共同提升品牌竞争力与用户满意度。

**14、公司分红率虽维持高位，但近年股价长期低迷、估值持续走低，中小股东回报体验差。请问管理层是否认可当前估值低估？有无市值管理、回购增持、业务分拆等提振市场信心的长期规划？**

感谢投资者对公司的关注。公司自上市以来始终致力于发展主业，公司管理层勤勉尽责，努力经营，希望不断提升公司盈利能力，并通过持续分红等措施为投资者创造价值。截至目前，公司无回购等相关计划。如有相关计划，公司将及时公告，请予关注。公司指定信息披露媒体为巨潮资讯网（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）。

**15、为什么不回购？而要去理财**

使用自有闲置资金购买低风险理财，是上市公司常见、合规的现金管理方式，在不影响公司主营业务和流动性安全的基础上，能有效增加公司收益。

**16、公司为什么不回购股票而要来理财？**

使用自有闲置资金购买低风险理财，是上市公司常见、合规的现金管理方式，在不影响公司主营业务和流动性安全的基础上，能有效增加公司收益。

**17、公司自上市至 2025 年末，累计已完成现金分红 125.84 亿元，占同期累计净利润的 74.64。公司最新市值 146 亿，这么对比非常了不起，但是 IPO 发行以来至今股价仍然处于破发状态，代表着所有支持公司发展的中小股东都是亏钱的状态，请问大股东是否会在恰当的时候增持股份，来表达对公司前景的好看，提振市场信心。**

感谢您的关注和支持！公司自上市以来始终致力于发展主业，公司管理层勤勉尽责，努力经营，希望不断提升公司盈利能力，并通过持续分红等措施为投资者创造价值。截至目前，公司无回购计划。如有相关计划，公司将及时公告，请予关注。公司指定信息披露媒体为巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）。

**18、AI 应用对公司产生如何良性效益？**

感谢投资者对公司的关注。公司作为服装行业的时尚服务企业，密切关注人工智能的应用。公司持续推动 AI 能力建设，聚焦于全链路提升效率、效能。目前，公司在知识库、文本文案、拍片、视频、设计、数字人直播、客服、供应链管理等各种场景开展 AI 深度应用与探索，有助于工作效能的提升和工作模式的重塑。公司会持续关注新技术在行业的应用，持续提升公司整体数智化能力。

**19、公司按照国家规定制定了市值管理办法，但当公司股价满足其中条件（如短时间下跌 20 以上的时候），公司并未按照相应的办法进行任何市值管理措施，请问是否此办法是否只是为了应付监管机构？谢谢。**

感谢投资者对公司的关注。森马服饰以提高公司质量为基础，通过聚焦服饰主业，努力经营，提升经营效率和盈利能力，实现“价值创造—价值经营—价值实现”的闭环，最终让股价与内在价值匹配，兼顾长期增长与股东回报，通过持续分红等措施为投资者创造价值。同时，公司严格落实《市值管理制度》相关要求，增强信息披露质量和透明度，践行公众公司公开、透明的责任与义务，做好投资者关系管理工作，通过电话交流、互动易平台、反路演、接待调研等多元渠道和方式，建立常态化、高效化的市场沟通机制，及时回应投资者关心的问题。

**20、领导，您好！我来自四川大决策 请问，公司线上渠道的主要平台分布（天猫/京东/抖音/拼多多）和各平台增速？直播电商的占比和策略？**

线上收入占总收入比重 46.21%，较上年增长 4.50%，以天猫平台和抖音平台为主，感谢关注。

**21、对于分红公司 2025 年上半年分红 0.15, 2025 年年报分红 0.15, 0.3 的分红，应该都到了 6，为啥这么低迷前段时间**

感谢关注。 股票价格受宏观经济政策、证券市场环境、行业发展状况以及公司经营业绩等多种因素影响。公司自上市以来始终致力于发展主业，公司管理层勤勉尽责，努力经营，提质增效，提升公司盈利能力，并通过持续分红等措施为投资者创造价值，切实提升股东回报，为广大投资者创造长期价值，回馈投资者。

**22、到今天股东人数是多少？**

感谢投资者对公司的关注。 公司股东人数将按规定在定期报告中于指定媒体上披露，请您关注公司定期报告。 公司指定信息披露媒体为巨潮资讯网（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）。

	<p>23、目前各地文旅都在开展足球运动，这对所有人来说都是一个新场景新机会，请问公司尤其是巴拉巴拉作为儿童服饰龙头，为什么不打广告赞助出圈呢？广告费花在这些地方可能曝光度更好。谢谢。</p> <p>谢谢您的建议。</p> <p>24、有投资者说 森马休闲 品牌 今年将会 V 反转？</p> <p>谢谢关注。过去我们品牌活动很多，在消费市场上的反馈是很积极的。但是营销是否能直接在业绩上体现？关于这一点我们要有长期的视角，我们一般是从3年以上的角度去看待营销投入带来的回报效果。目前加盟的一些低效的店铺（比如一些街边店）我们进行了一些主动的关闭，新渠道我们会加大投放。我们过去是日常休闲为主，现在加了都市通勤和运动时尚，品类和场景是搭配的。我们在安福路开了快闪店，我们会继续请国内外的设计师来改造新产品。渠道方面，未来我们会有 1000 家门店陆续调整到购物中心去，这个也是我们渠道上的调整机会。我们希望能把这些改革实实在在的落实到渠道端，能够让消费者真真切切的感受到变化。其实这些改革过去可能也是存在的，但未来我们希望能够让消费者直接从店铺端或者线上天猫端能够看到直接的变化，这是我们现在主要在做的事情。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>未涉及</p>
<p>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）</p>	<p>不适用</p>