

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：2024-03

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"/> 现场调研 <input type="checkbox"/> 其他
活动参与人员	上市公司接待人员姓名：邱坚强（董事长）、徐波（董事、总经理）、陈新生（董事、副总经理、财务总监）、钟德达（董事、副总经理）、苏文兵（独立董事）、刘海波（独立董事）、蔡丽玲（独立董事）、宗惠春（董事会秘书）、蒋成乐（监事）、王兴东（监事） 其他与会人员：见附件
时间	2024年4月25日 14:00-16:00
地点	上海闵行区莲花南路 2689 号
形式	现场会议
交流内容及具体问答记录	见附件
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	未涉及
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）	不适用

附件

浙江森马服饰股份有限公司
投资者活动记录

杨莹	国盛证券	陈宇琪	上海沃珑港资产管理有限公司
侯子夜	国盛证券	沈昊怡	上海榜样投资管理有限公司
糜韩杰	广发证券	韩玥	申万菱信基金
孙未未	光大证券	何瑾	中银证券
唐爽爽	华西证券	袁震	鑫元基金
李施璇	德邦证券	袁郡	东海基金
高旭和	国联证券	黄海燕	偕沣资产
王源	平安证券	尧小星	偕沣私募
朱炎	东方证券	崔瑛	个人投资者
徐乙苒	西部证券	崔玮	个人投资者
韩欣	兴业证券	金宇庆	个人投资者
龚理	东海证券	刘亚楠	个人投资者
胡晓蕊	海通国际	丁慧萍	个人投资者
赵艺原	东吴证券	杨建根	个人投资者
李璇	申万宏源证券	徐广强	个人投资者
孙萌	山西证券研究所	陈志芳	个人投资者
李陈佳	浙商证券研究所	瞿浩	个人投资者
孙相绪	光大证券自营	苏惠兴	个人投资者

会议活动交流内容：

浙江森马服饰股份有限公司于 2024 年 4 月 25 日下午召开 2023 年度股东大会, 公司董事、高管、监事参加了会议和交流, 并就投资者关心的话题进行交流, 包括个人股东、国盛证券、浙商证券、广发证券等共 36 名投资者及分析师参加交流。

公司董事长邱坚强先生代表公司欢迎投资者及分析师参加会议。

在刚刚过去的一年, 森马做了内部的变革, 追求有质量的增长, 坚持品牌一致性要求, 在产品和消费体验上进行创新, 持续强化心智类产品, 森马品牌焕新升级, 提供森马成人、森马儿童、家居等多场景的选择; 同时不断探索创新业务模式, 去年成立直播事业部, 加强在直播赛道的增长; 拓展海外市场, 在新加坡和越南成立子公司, 支持海外业务的发展。

总结来说, 去年一年的经营策略取得了正向的反馈, 公司营收和净利润都实现增长。2024 年一季度刚刚结束, 经济和消费环境正在逐渐恢复, 国内和国际的经济运行依旧面临挑战, 森马会继续聚焦主业, 打造长久、健康发展的品牌业务。

随后, 邱董诚挚地邀请各位投资者朋友能和森马的管理团队进一步加强交流、加强互动、加深互信, 继续为森马的发展提出宝贵的意见和建议。

1、渠道

A: 渠道随着消费者喜好、数字化进程、环境变化发生了较大变迁。现阶段, 我们非常重视优质的购物中心、奥莱的发展。我们觉得本土品牌现在整体机会比较好, 消费者对品质有要求, 对情怀有追求, 对国牌有偏好, 这会是一个大的机会。同时, 森马经过长期的沉淀, 积累了优质的街边店资源。

除了渠道结构之外, 城市级别的结构也在变化。我们会在现有几千家门店里找到一些规律, 在城市层级的结构上也会去做一些规划和思考。

2、新零售和数字化门店的成效

A: 我们希望以门店为载体, 去促进新零售。比如门店的六大功能, 小程序、直播、视频号等等。现在从数字化门店试点的效果来看还是非常显著的。我们现在也在尝试一些抖音的本地号。未来希望实体门店和数字化门店能够完全结合在一起。我们希望未来的商品在空间、陈列方面也能用数字化去做探索, 实现客流、

销售的转化。现在基本上门店都已经做了数字化的改造，只是每个门店具体的情况和功能可能不太一样。

3、加盟商开店情况

A: 无论是森马还是巴拉，新开店的比重上都是现有加盟商多一些，这些年公司加盟商体系稳定，公司现在提出单店加盟的模式，也是一项业务模式的创新。过去公司是二级加盟模式，一个区域的加盟商可以去开发新的二级加盟业务，实现二级加盟一级管理。未来希望把加盟商的单元更加微观化，在经营过程中关注单店盈利质量，零售系统服务于单店。也就是说，未来会在原有的二级加盟模式下，积极拓展单店加盟，捕捉更多的销售机会，服务更多的消费者。

4、森马品牌未来规划

A: 我们觉得森马的产品调整比较到位，从今年春夏数据来看也是达到预期的，估计今年秋冬的变化会更加大。在产品到位的情况下，今年要做的主要是：
1) 渠道升级。过去森马有很多店铺是没有达到标准的，所以今年做了一些升级的工作。
2) 渠道密度，过去森马品牌的密度和同业比较还是有一些差异。我们会寻找优质的开店机会。
3) 加大品牌发声力度，森马产品的功能性和科技性做的都比较好，但缺少与消费者沟通和在市场上的发声。今年9月份会有一个活动，希望在营销方面重新发声，让消费者对于森马有新的认知。

5、关于品牌出海，公司未来的一些工作

A: 去年我们就把出海当成公司战略提出来，现在是公司出海的第一个阶段，重视度有提升。去年我们跟海外业务同事走了很多地方，非洲，东南亚，中东。今年三月份我们和业务部的总经理专门去了越南和马来西亚，可以说我们在出海方面打的基础比较好，一方面重视合优质合作伙伴的寻找，同时也希望把我们的人也带出去，在选货、选店、零售方面去给到他们一些经验。今年我们也特别加大了东南亚的布局，在新加坡成立海外基地，在越南成立子公司，来推动森马和巴拉在海外的的发展。接下来我们一个大的思考是，做一些本地化的尝试，包括人才的本地化、营运的本地化，在产品布局和营运包装上面去做本地化，寻找在新兴市场上更好的发展。长期来看，我们认为在森马和巴拉的出海方面，能够做出好的成绩。

6、产品经理制

A: 产品经理制度推了 2 年了，逻辑是精细化管理。我们希望打破业务之间沟通的“墙”，建立端到端的业务链闭环，同时也是一个考核的闭环。另外，我们希望通过产品经理方式，让大家的工作更加聚焦。越专注，就越专业。

在实践工作中，我们一直在强调“自由”和“责任”。在建设了产品经理体系后，很多决策都由产品经理完成，从这两年财务指标可以看到，毛利率和利润率都比较好，核心是因为通过这个体系让大家充分的发挥，在实践中去完成生意和考核的闭环。后续这个体系会持续深化应用。

7、针对高质量的增长目标，我们未来会从哪些指标和方向上去入手

A: 围绕高质量增长目标，我们从各方面进行努力，要保证企业健康可持续发展，刚刚讲到的库存周转、售罄率、折扣及销售目标都是我们非常关注。我们今年在大力去验证运营方式，希望通过每周的商品售罄指标去观测并快速地做出调整，追求不同经营指标间的合理平衡，实现有质量的增长。

8、儿童运动品牌

A: 亚瑟士 kids 和彪马 kids 都在推进，希望未来成为新的业务增长点。1) 亚瑟士是从跑鞋起家，产品很适合亚洲人，在中国的专业跑鞋市场也有很强的影响力、尤其是在一二线城市，产品的特色有望进一步凸显。2) PUMA 是时尚运动赛道，这几年发展的也不错，未来渗透能力和空间估计会更大。

关于供应链，一方面我们自身积累了大部分优秀的供应商资源可以使用，另一方面亚瑟士 kids 和彪马 kids 品牌也自带供应链资源，两者可以整合协同使用。

我们未来会在这个赛道继续投入。

9、库存

截至 2023 年 12 月 31 日，公司存货账面余额 33.80 亿元，比去年同期 45.42 亿元减少 11.62 亿元，同比减少 25.58%。存货账面价值 27.47 亿元，比去年 38.47 亿元减少 11 亿元，同比下降 28.59%。存货周转天数为 159 天，较 2022 年存货周转天数 185 天减少 26 天，全域库存周转加快，库存运营效率进一步提升。

库存改善明显的原因是：1、产品方面，森马和巴拉巴拉都在加速聚焦心智产品和爆款，能够提升产品的售罄率。2、在方法论上，业务和财务预算相互咬合，商品和渠道相互匹配，卖货和买货供需平衡，业务组织进行流程再造，加强买货和卖货信息沟通，抓住销售机会，及时补货。

同时在售罄率和毛利率之间寻找平衡点，基于产品经理制，让大家主动思考如何在自己的业务里面做到毛利、售罄率、净利润、现金流的平衡。基于以上，2023年我们直营效率得到很大的提升，加盟店也得到了提升，2024年我们会更大的去扩大范围，让客户能加入到这个运营体系来。

10、市值管理

资本市场欢迎和鼓励上市公司进行分红、股权激励、员工持股计划、回购注销等相关方式进行公司市值管理。自上市以来，公司实施了2次股权激励计划，2次员工持股计划。同时也积极响应投资者的建议和意见，保持持续稳定的现金分红政策，公司2011年上市，从上市至今，公司累计现金分红13次，累计归母净利润140.64亿元，累计分红达104.30亿元，分红率达74.16%。2023年公司拟每10股派发3.00元现金红利(含税)，若分红计划顺利实施，累计分红达112.38亿元，占归母净利润151.86亿元的74.00%。

同时，公司也重视与投资者的沟通交流，公司在严格执行监管部门和交易所规定的要求充分及时地信息披露基础上，通过多平台与中小投资者建立沟通渠道，为中小投资者提供信息反馈的便利。

这都是公司重视股东利益，重视市值管理的具体体现。未来，公司会在新的政策指引下，聚焦主业，追求有质量的发展，以优良的业绩创造公司价值，为投资者提供持续的价值回报。

11、现金分红率未来会提升吗？

A：公司近年坚持高比例分红政策，未来增加现金分红率也是有可能的，同时，我们强调，公司更希望通过净利润的提升来增加分红金额。