

证券代码：002563

证券简称：森马服饰

公告编号：2020-55

浙江森马服饰股份有限公司 2020 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次半年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	森马服饰	股票代码	002563
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	宗惠春	范亚杰	
办公地址	上海市闵行区莲花南路 2689 号	上海市闵行区莲花南路 2689 号	
电话	021-67288431	021-67288431	
电子信箱	ir@semir.com	ir@semir.com	

2、主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	5,733,987,283.48	8,219,431,429.58	-30.24%
归属于上市公司股东的净利润（元）	21,596,262.21	722,106,491.81	-97.01%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	-54,776,298.32	668,920,660.13	-108.19%
经营活动产生的现金流量净额（元）	531,450,332.10	-417,889,242.94	
基本每股收益（元/股）	0.01	0.27	-96.30%
稀释每股收益（元/股）	0.01	0.27	-96.30%

加权平均净资产收益率	0.18%	6.36%	-6.18%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	15,059,836,086.87	16,620,692,940.86	-9.39%
归属于上市公司股东的净资产（元）	10,532,772,335.19	11,764,748,254.18	-10.47%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	32,582	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	0			
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
邱光和	境内自然人	16.61%	448,286,100	336,214,575	质押	262,000,000
邱坚强	境内自然人	13.32%	359,442,552	269,581,914	质押	126,600,000
森马集团有限公司	境内非国有法人	12.45%	336,000,000	0		
周平凡	境内自然人	9.26%	250,010,155	187,507,616		
戴智约	境内自然人	9.19%	247,957,448	0		
邱艳芳	境内自然人	6.26%	169,007,600	0		
郑秋兰	境内自然人	4.45%	120,000,000	0		
王耀海	境内自然人	3.34%	90,131,000	0		
邱光平	境内自然人	2.36%	63,558,600	0		
交通银行股份有限公司－国泰金鹰增长灵活配置混合型证券投资基金	其他	1.06%	28,488,801	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、本公司实际控制人邱光和、邱坚强、周平凡、邱艳芳和戴智约共同持有森马集团有限公司 100% 股权。2、前 10 名股东中，邱光和与邱坚强为父子关系，邱光和与邱艳芳为父女关系，周平凡与邱艳芳为夫妻关系，邱坚强与戴智约为夫妻关系，邱光和与郑秋兰为夫妻关系，邱光和与邱光平为兄弟关系。3、除前述关联关系外，未知公司其他股东相互之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

□ 适用 √ 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

□ 适用 √ 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在半年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

2020 年上半年，突如其来的疫情使包括服装行业在内的全球零售行业面临极大的冲击与考验。在党中央坚强领导下，国内疫情防控形势持续向好，生产生活秩序加快恢复，消费市场持续稳步回升，消费者消费意愿、消费信心逐渐增强。2020 年 1-6 月，我国社会消费品零售总额 17.23 万亿元，同比下降 11.4%，降幅比一季度收窄 7.6 个百分点。其中，商品销售稳步回升。6 月份商品零售额基本恢复到去年同期 3 万亿元规模。

在危机中育新机，于变局中开新局。在 2020 年上半年，公司围绕“一切以消费者为中心”，加快零售结构转型和全渠道零售生态的布局，加强现金流和财务风控管理，进一步加强数字化建设，打造敏捷的前台、稳健的中台、高效的后台等运营体系，推动商业模式和运营管理能力的持续创新。

（一）股份公司

1. 公司级核心运营能力的建设

2020 年上半年，公司开展一系列围绕公司级核心运营能力的建设工作。公司继续在确保服装核心品类优势的基础上，积极探索多品类的扩张机会；聚焦用品品牌价值主张连接消费者；用创新设计和科技材料创造价值感知；基于消费者全域消费旅程，定义全域运营规则，打造完整零售体验，向消费者传递统一的体验价值；建立以创新为主的研发模式，最大化创造品牌价值和提升用户体验。同时，公司继续建设和优化供应链中台、新零售中台和数字化运营中台，推进柔性供应链改革和全渠道零售运营能力的建设。

2、保持上下游生态体系健康

公司持续关注零售商整体生态发展体系的健康状况，关注渠道库存水平，赋能零售商经营能力和全渠道运营管理水平提升。

3、数字化建设

公司 2020 年上半年持续推进业财一体化、供应链系统等数字化项目建设。同时，链接前台用户与后台核心资源的数据业务中台也在持续推进中，为不断变化和革新的前端业务发展需求、提升门店数字零售运营效率提供更灵活的支持。

4、组织建设和人才发展

公司继续执行和落实三年人力资源发展战略，通过业务前中台组织的搭建，以及多层次多元化激励考核机制的建设和提升客户赋能能力等举措，支持公司达成年度发展目标，并配合业务战略，持续优化组织架构，优化人岗匹配，建立人才计划，建立健全考核体系。

公司持续致力于打造最佳雇主品牌，进一步加强企业社会责任建设，提升员工满意度。

（二）休闲服饰业务

1、推动柔性供应链改造项目

在休闲服饰业务方面，公司持续推动柔性供应链改革，通过可视化生产数据，对商品的生产销售进行准确迅速控制，提升库存效率。面对疫情时，公司通过叫停部分柔性供应链的订单，分批次开裁、下单期货订单，降低公司库存风险，同时，通过柔性供应链的快反产品补充零售需求。未来，公司将继续进行柔性供应链改革，降低期货比例，提升库存周转效率。

2、升级品类 搭建商品金字塔

森马品牌开展广泛深入的市场调研，理清品牌的消费人群画像，聚焦 95 后潮流人群；加大研发投入，重点关注产品面料科技、功能、穿着体验，提高功能性面料产品的供应；升级产品品类，抓住新青年的高频生活场景与穿搭需求，提供满足“ON-TIME OFF-TIME”多生活场景需求的价值单品；搭建商品金字塔，为不同需求人群提供不同产品；继续重点投入鞋品研发，将鞋品研发与服装面料、款式设计、搭配做高度协同整合，打造森马 DNA 极致单品。

3、推进服务商业模式改革

在人、货、场都在重新构建的当下，森马品牌正按照新的消费群体、新的信息传播渠道、新的品类机会来不断调整品牌增长的策略，全面拥抱新零售，把握全域运营带来增量机会。森马品牌通过完善全渠道零售战略布局，开展社群营销，构建私域流量。同时，森马品牌将推广重心转移到线上平台，重点推进直播平台营销拓展，建立品牌直播室，输出内容创意及品牌直播标准，开展百城 KOL 计划，赋能 KA 客户。

（三）儿童服饰业务

1、以消费者为中心，进行全域品牌升级。

公司儿童服饰巴拉巴拉品牌的市场占有率多年持续位居国内儿童服饰行业第一，龙头地位稳固。公司自创的品牌迷你巴拉、马卡乐，合资品牌的棵棵树，代理品牌 The Children's Place 等都处于不同发展阶段，儿童服饰板块多品牌矩阵已经具有一定规模。2020 年上半年，儿童服饰板块业务围绕以消费者为中心，进行品牌重塑，明确品牌新定位，进行全域品牌升级，打造全品类、全年龄段、各消费层次的全面覆盖的儿童服饰板块多品牌矩阵。

2、洞察消费者，差异化创新产品

在产品研发上，各个儿童品牌围绕品牌价值与差异化构建产品创新。其中，巴拉巴拉品牌整合全球前沿时尚趋势和设计理念，结合儿童心理和审美认知，进行产品原创设计和生活方式品类扩张，推动多维矩阵式产品跨界，包括推出原创形象“小章鱼”及系列产品，以及推出与“冰雪奇缘”、“汪汪队”、“大闹天宫”、“敦煌博物馆”、“梵高博物馆”等知名 IP 合作款产品。马卡乐品牌与供应链合作伙伴开展合作，推出抗菌面料产品，为儿童提供环保、安全和高品质的产品。

3、推进品牌全域管理

巴拉巴拉品牌深化全域零售运营能力，根据消费者画像，优化货品组合，消费者沟通策略和购买转化渠道，为每位消费者提供差异化、个性化生活方式产品与服务。在实体零售渠道，品牌将为消费者提供儿童生活方式体验空间，包括推出品牌全新生活方式店铺模型，以及体现巴拉巴拉儿童生活方式概念的社区亲子空间 Park by Balabala。渠道结构以及资源持续向泛购物中心倾斜，扩大购物中心、奥特莱斯店铺的占比，并进行高增长细分市场渠道的战略布局和发展。运用会员+社群+直播等新零售工具提高店铺运营，库存周转效率，丰富消费者触点，实现健康可持续的品牌零售增长。

（四）电商业务

公司全资子公司浙江森马电子商务有限公司于 2012 年起开展电商业务。随着国内疫情得到有效控制，电商业务正走出疫情影响，回归正轨，趋势向好。

1、主营业务健康发展

2020 年 1-6 月，公司电商业务继续保持健康发展的态势，重点建设消费者运营、全员运营、高科技运营三大能力。上半年，国内电商营业收入 20.97 亿元，同比增长 0.6%。森马品牌人群资产总量和会员总量位于行业领先；巴拉巴拉品牌头部效应进一步加大；电商品牌 Minibalabala 增长迅速。

2、直播短视频等新业务快速推进

森马电商围绕以消费者需求为导向，强化现有品牌心智，大力发展直播和视频电商、社交电商，构建多平台、多品类的消费生态链，继续布局自播与达人直播双赛道，抓住风口，加速从“搜索存量时代”到“直播增量时代”的生态化调整。同时，森马电商积极开展代运营业务，为代运营品牌提供模块化、定制化的一站式服务，满足不同品牌客户的需求。

3、持续推进信息化建设

持续推进信息化建设、升级现有 ERP、OMS 系统，建立了以消费者需求为出发点的全链路决策模型，培育电商高科技运营能力，进一步发挥信息技术在业务中的降本增效功能，提升数据决策效率等重点工作来不断提升电商业务竞争力，为消费者创造更美好的体验。

公司需遵守《深圳证券交易所行业信息披露指引第 8 号——上市公司从事零售相关业务》的披露要求

一、公司的营销网络情况

公司采取直营与加盟相结合、线上与线下互补的多元化营销网络发展模式。截至 2020 年 6 月 30 日，公司已在全国各省、自治区、直辖市及海外建立了 9,507 家线下门店，其中直营店 1,132 家，加盟店 8,115 家，联营店 260 家；同时，公司在淘宝、天猫、唯品会等国内知名电子商务平台建立了线上销售渠道。

（一）线下销售渠道

1、店铺情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司的门店的总体情况如下：

（1）按业务模式分类

a、公司门店情况（不含 KIDILIZ 集团）

模式	期初		本期增加		本期减少		期末	
	数量 (个)	面积 (m ²)	数量 (个)	面积 (m ²)	数量 (个)	面积 (m ²)	数量 (个)	面积 (m ²)
直营	907	181,583.79	21	6,390.67	183	29,702.31	745	158,272.15
加盟	8,649	1,668,702.53	170	25,095.28	730	165,382.88	8,089	1,528,414.93
合计	9,556	1,850,286.32	191	31,485.95	913	195,085.19	8,834	1,686,687.08

b、KIDILIZ 集团门店情况

模式	期初		本期增加		本期减少		期末	
	数量 (个)	面积 (m ²)	数量 (个)	面积 (m ²)	数量 (个)	面积 (m ²)	数量 (个)	面积 (m ²)
直营	403	45,361.00	2	421.00	18	1,550.00	387	44,232.00
加盟	28	1,841.00			2	223.00	26	1,618.00
联营	270	19,736.00	4	238.00	14	889.00	260	19,085.00
合计	701	66,938.00	6	659.00	34	2,662.00	673	64,935.00

c、公司门店情况（含 KIDILIZ 集团）

模式	期初		本期增加		本期减少		期末	
	数量 (个)	面积 (m ²)	数量 (个)	面积 (m ²)	数量 (个)	面积 (m ²)	数量 (个)	面积 (m ²)
直营	1,310	226,944.79	23	6,811.67	201	31,252.31	1,132	202,504.15
加盟	8,677	1,670,543.53	170	25,095.28	732	165,605.88	8,115	1,530,032.93
联营	270	19,736.00	4	238.00	14	889.00	260	19,085.00

合计	10,257	1,917,224.32	197	32,144.95	947	197,747.19	9,507	1,751,622.08
----	--------	--------------	-----	-----------	-----	------------	-------	--------------

(2) 按商品品类分类

a、公司门店情况 (不含 KIDILIZ 集团)

模式	期初		本期增加		本期减少		期末	
	数量 (个)	面积 (m ²)	数量 (个)	面积 (m ²)	数量 (个)	面积 (m ²)	数量 (个)	面积 (m ²)
休闲服饰	3,766	906,626.01	47	11,812.09	551	144,804.85	3,262	773,633.25
儿童服饰	5,790	943,660.31	144	19,673.86	362	50,280.34	5,572	913,053.83
合计	9,556	1,850,286.32	191	31,485.95	913	195,085.19	8,834	1,686,687.08

b、KIDILIZ 集团门店情况

模式	期初		本期增加		本期减少		期末	
	数量 (个)	面积 (m ²)	数量 (个)	面积 (m ²)	数量 (个)	面积 (m ²)	数量 (个)	面积 (m ²)
儿童服饰	701	66,938.00	6	659.00	34	2,662.00	673	64,935.00
合计	701	66,938.00	6	659.00	34	2,662.00	673	64,935.00

c、公司门店情况 (含 KIDILIZ 集团)

品类	期初		本期增加		本期减少		期末	
	数量 (个)	面积 (m ²)	数量 (个)	面积 (m ²)	数量 (个)	面积 (m ²)	数量 (个)	面积 (m ²)
休闲服饰	3,766	906,626.01	47	11,812.09	551	144,804.85	3,262	773,633.25
儿童服饰	6,491	1,010,598.31	150	20,332.86	396	52,942.34	6,245	977,988.83
合计	10,257	1,917,224.32	197	32,144.95	947	197,747.19	9,507	1,751,622.08

2、店铺分区域情况

	直营 (个)	加盟 (个)	联营 (个)	合计 (个)
东北	49	548		597
港澳	13			13
华北	82	1,234		1,316
华东	273	2,730		3,003
华南	165	587		752
华中	78	1,425		1,503
西北	24	605		629
西南	61	926		987
海外	387	60	260	707
总计	1,132	8,115	260	9,507

3、排名前十的直营门店情况

序号	2020年1-6月 (万元)	门店名称	地址	面积 (m ²)	开业日期	经营业态	物业权属状态	品牌
1	1,310.03	广州-北京路旗舰店	广州市越秀区北京路	4,180.00	2010/9/29	街边店	租赁物业	森马
2	851.74	杭州-工联大厦购物中心店	杭州市上城区延安路	2,675.00	2019/9/13	购物中心	租赁物业	森马
3	747.71	温州-五马旗舰店	浙江省温州市五马街	2,080.00	2001/3/1	街边店	租赁物业	森马
4	516.63	西安-东大街旗舰店	西安市东大街	3,166.00	2015/9/22	街边店	租赁物业	森马
5	462.18	OUTLET-KID'SSTORECO QUELLES	CciaLL'UsineCoted'Opale-Lotn 55-Boulevarddel'EuropeFrance	298.50	2003/10/1	购物中心	租赁物业	KIDI LIZ

6	428.80	上海-嘉定区江桥万达店	上海市嘉定区江桥镇金沙江西路	2,272.77	2017/1/14	购物中心	租赁物业	森马
7	387.21	西安-碑林区大华店	西安市碑林区东大街	1,528.00	2012/11/1	街边店	租赁物业	森马
8	364.43	OUTLET-CATIMINIROU BAIX	CciaIAL'usine-228avenueAlfredMotteFrance	180.00	2005/12/1	购物中心	租赁物业	CAT IMIN I
9	355.43	温巴拉万象城营业部	温州市瓯海区南白象街道温瑞大道999号4楼L0428B01	332.00	2016/4/30	购物中心	租赁物业	巴拉 巴拉
10	316.00	北京-世纪金源店	北京市海淀区远大路	446.80	2011/1/22	购物中心	租赁物业	巴拉 巴拉

4、主营业务收入情况

单位：万元

模式	2020年1-6月	2019年1-6月	增长额	增长率
直营	85,911.45	141,639.30	-55,727.85	-39.34%
其中：森马业务	55,831.31	88,341.99	-32,510.68	-36.80%
KIDILIZ业务	30,080.14	53,297.31	-23,217.17	-43.56%
加盟	252,917.10	439,997.68	-187,080.58	-42.52%
其中：森马业务	220,061.72	370,515.52	-150,453.80	-40.61%
KIDILIZ业务	32,855.38	69,482.16	-36,626.78	-52.71%
联营	10,921.21	17,207.41	-6,286.20	-36.53%
其中：KIDILIZ业务	10,921.21	17,207.41	-6,286.20	-36.53%
合计	349,749.76	598,844.39	-249,094.63	-41.60%

(二) 线上销售渠道

单位：万元

模式	2020年1-6月	2019年1-6月	增长额	增长率
电子商务	217,065.44	216,743.95	321.49	0.15%
其中：森马业务	209,700.81	208,455.66	1,245.15	0.60%
KIDILIZ业务	7,364.63	8,288.29	-923.66	-11.14%

二、公司的库存管理

公司对库存控制主要为事前控制、事中控制和事后控制。

1、事前合理规划

商品运营部在做货品下单前，会根据市场部经过仔细调研制订的市场拓展计划，销售部经过与加盟商沟通后制订的销售增长目标，结合公司的战略目标，以市场需求为驱动，制订出年度销售目标，将其分解到季度销售目标占比，并预算出每季库存目标率、毛利率、打折幅度一系列工作，最后得出每季度货品的下单计划。

2、事中灵活调整

在货品的销售过程中，商品运营部会组织资深销售人员和代理资深销售人员进行产品评审选择，选出流行款和沉淀款，确定出部分款式下单予以新店客户和老店补货，根据市场销售情况进行后期追单，同时与生产部排好时间产能，如果销售情况好则下单，如果销售不理想则停单。销售过程中根据每天报表进行分析商品，如果过程中出现偏差，根据差异率对部分客户或系统客户进行陈列促销或打折促销，直至偏差接近库存预算目标。

3、事后及时处理

对于滞销及客户退回的产品，公司会按照款式和品类对其进行重新归类整理，根据各销售区域反馈上来的各区域市场需求信息，在第二年的相应季节到来前将重新归类好的产品对各地加盟商以一个合理的折扣进行买断和清仓处理。综上所述，由于公司对货品进行了合理的事前规划，灵活的事中调整，及时的事后处理，从而较好的控制了公司的库存，使其保持在合

理的库存水平。

三、仓储与物流情况

公司在温州、上海、杭州、嘉兴等地建设了工业园，总投资 25.67 亿元，主要承担办公、仓储以及员工住宿、生活等功能。

	占地（亩）	建筑面积(万平方米)	总投资（亿元）
温州园区	250.00	41.53	7.88
上海园区	195.29	18.96	6.57
嘉兴园区	285.24	45.91	7.32
杭州园区	21.30	6.31	2.91
天津园区	110.00	4.45	0.99
合计	861.83	117.16	25.67

2、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上一会计期间财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
财政部于2017年7月5日发布了《关于修订印发〈企业会计准则第14号——收入〉的通知》(财会[2017]22号，以下简称“新收入准则”)，要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自2018年1月1日起施行；其他境内上市企业，自2020年1月1日起施行；执行企业会计准则的非上市企业，自2021年1月1日起施行。	第五届董事会第四次会议	见说明

说明：

本次会计政策的变更系根据财政部修订的最新会计准则进行的相应变更，变更后的会计政策能够客观、公允地反映公司的财务状况和经营成果，符合相关法律法规的规定和公司实际情况。

本次变更对公司附有销售退回条件的销售列报发生变化，累计影响数见下表。

累计影响数调整 2020 年 1 月 1 日列报项目

单位：万元

列报项目	原收入准则	列报项目	新收入准则
预计负债	59,526.93	预计负债	122,719.60
		其他流动资产	63,192.67
预收款项	18,602.32	合同负债	18,602.32

本次会计变更对公司只是涉及列报项目发生变化，不会对公司财务状况、经营成果和现金流量产生重大影响。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

本公司于 2020 年 4 月 21 日设立森开（温州）控股有限公司，持股比例 100.00%，故从 2020 年 4 月 21 日起将森开（温州）控股有限公司纳入合并报表范围。

子公司上海森马投资有限公司于 2020 年 5 月 27 日设立上海森知科技有限公司，持股比例 85.00%，故从 2020 年 5 月 27 日起将上海森知科技有限公司纳入合并报表范围。