

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：2023-004

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input 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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	嘉实基金、鹏扬基金、Trivest、易方达基金、中邮基金、海富通基金、泽正基金、国泰瑞丰基金、五矿自营、前海再保险、前海瑞园资产、华西证券、海通证券、财通证券、广发证券、华创证券等
时间	2023年9月8日-9月15日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 艾帆 财务负责人 林文佳
投资者关系活动主要内容介绍	1.如何展望公司的长期发展空间？ <p>我们希望凭借自身底层能力的积累对多个细分品类品牌进行规模化赋能，将这些品牌逐步孵化成长。在规模化品牌孵化的阶段，我们预计将主要依托亚马逊等这类适合品牌孵化的平台进行运营，因为这类平台会很重视产品的品质和服务，公司的供应链能力可以得到极大发挥。若单一品牌发展至较大规模，积累了足够丰富的客户群体对品牌的认知，则需要强化全渠道营销进行品牌力的深化，进一步助力品牌在全渠道的推广。</p>

2.新品类以及新品牌的推进情况？

每年会规划特定战略品类进行重点投入，帮助其快速的提升市场占有率。同时，我们会实时观测资源投入效果，动态调整资源投入策略，以及动态监控品类的市场机会变化，择机考虑追加年度战略品类增加投入。

3.公司如何选择要布局的细分品类？

我们会综合考虑几个方面，包括品类的市场空间、品类的增速以及品类的竞争格局情况。

4.公司历史上毛利率较为稳定，但净利率波动较大，是什么原因？

2021-2022 年库存清理压力较大，盈利明显波动，特别是 2022 年同时承担销售价格承压、需求回落以及所销商品承担极高海运成本的多重压力，出现较大亏损。我们同时还对非服装品类进行了品类精简，也面临部分库存清理的损失。未来会持续进行品类精简和聚焦，筛选有市场运营基础和增长空间的品类强化研发投入，进一步夯实竞争力。

5.新疆棉的问题对公司是否有影响？

公司暂时没有遇到很大的问题，因对于海外消费者身形尺码多样性的考虑，我们会更多使用带弹性的面料，如涤纶等。

6.2023 年上半年毛利率提升的原因？

毛利率提升主要由于销售价格上涨和头程运费下降。2023 年上半年 Amazon FBA 费用有增加，同时基于品牌力的提升，公司可以在不影响产品排名、销量的前提下，适当将这部分涨价顺延至销售价格，相应提升了部分产品的售价。同时 2023 年跨境运费相较于 2022 年明显下降，因此头程运费有所下降。

7.2023 年上半年销售费率提升的原因？

2023 年上半年公司销售费用率为 59.16%，同比提升 5.2 个百分点，销售费用主要包含尾程物流费用、销售平台费、业务推广费及职工薪酬等。其中尾程物流费用占收入的比重为 23.79%，销售平台费 16.66%，业务推广费 10.52%。2023 年上半年尾程物流费用和推广费用有所增加，主要由于 Amazon FBA 费用调整以及公司加大了部分品牌的推广力度。尾程物流费用率较高主要是因为公司大多使用的是 Amazon FBA 配送服务，费用较高，但是使用 FBA 配送服务可以让客户的体验增强，也能对获取更多流量有所帮助。

8.Shein 和 Temu 的快速发展是否会对公司造成冲击？

Shein 和 Temu 面向的消费群体、产品价格定位、渠道和流量方式等均与公司存在较大差异，未见存在明显的直接正面竞争，公司也在积极关注这些平台的发展。

9.公司目前主要销售地区在美国，主要销售渠道为亚马逊平台，未来是否会开拓国家或平台？

在区域选择方面，主要关注区域消费力的水平和潜力，北美和欧洲地区整体消费水平较高，更适合公司品牌化业务的发展。

在平台选择方面，公司历史期间有对接过多个电商平台，有丰富的运营对接经验，近年来随着公司品牌化路径的深入，根据平台的特性、平台监管规则的完善性、平台流量机制特点、以及与公司战略方向的匹配性等方面对合作的平台进行调整和聚焦。在亚马逊平台的发展是我们运营聚焦后的结果，经过多年在亚马逊的运营经验也能发现，亚马逊总体来说是个流量机制稳定、风控健全的平台，适合中国卖家的海外发展，流量机制也非常适合新的品牌凭借自身的产品和服务实力获取品牌露出的机会。

我们也一直基于以上标准持续关注符合公司风控标准、适合公司品牌业务发展的区域和平台。

	<p>10.未来几年净利率的变化?</p> <p>公司不同品牌所处阶段不同，未来净利率的提升将来自于：1) 头部品牌：目前盈利能力较强，凭借较高的细分市场占有率以及品牌知名度，未来溢价能力会继续提升，净利率将稳中有升；2.) 中小品牌：目前盈利能力略弱，未来公司将凭借底层能力高度复用的赋能，提升中小品牌孵化成长效率，通过扩大市场份额，逐步积累用户印象和认知，进而逐步提升溢价能力，净利率将提升。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023 年 9 月 15 日