

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 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	长江证券、平安证券、国海证券、东北证券、深圳市金广资产管理有限公司、大成基金管理有限公司、上海同犇投资管理中心(有限合伙)、海通证券、太平洋证券、浙商证券、银河证券、东方证券、华西证券、中信证券、上海证券、招商证券、中金公司、国信证券、君和资本、达昊投资、国盛证券、海通国际、东吴证券、精至资产、天风证券、上海弘章投资管理有限公司、华安基金、国信弘盛、中国人寿资产管理有限公司、深圳中天汇富基金管理有限公司、广东惠正投资管理有限公司、平安银行股份有限公司、德华创业投资有限公司、上海度势投资有限公司、上海谦心投资管理有限公司、鹏扬基金管理有限公司、东证融汇证券资产管理有限公司、太平基金管理有限公司、上海贵源投资有限公司、上海天猷投资、交银施罗德基金管理有限公司、光大证券、兴业证券、国泰君安、山西证券、招商基金、海富通、浙商资管、光证资管、国联基金、诺德基金、财通基金、国泰基金、石舍资产、上海仙人掌私募、杭州港投星约投资管理有限公司、泰康资产、横琴方晋、北京才誉。
时间	2024年8月30日星期五 10：15-11:15 2024年8月30日星期五 14：30-15:30 2024年9月3日星期二 16：00-17：00 2024年9月10日星期二 16：00-17：00
地点	电话会议
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>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>交流的主要内容及回复概要：</p> <p>一、2024 年经营情况概况</p> <p>2024 年上半年公司收入 14.33 亿元，同比增长了 5.92%，其中国内业务收入增长近 15%，公司多品牌布局在近几年逐渐呈现出效果，旗下品牌的品牌力不断提升，市场销售不断壮大，在多品牌共同发力下，国内业务表现在行业内比较突出。</p> <p>分品牌看，ELLASSAY 品牌在国内高端女装行业中表现突出，上半年实现收入 5.79 亿元，同比增长 21%。品牌过去几年不断推进线下升级、旗舰店等，上半年上海新天地旗舰店开幕，未来会陆续在核心重要城市找合适的场地开旗舰店，帮助门店形象升级。ELLASSAY 品牌积极推进线上多平台发展策略，抖音持续取得重大突破，天猫延续良好的增长表现，推动上半年线上收入同比增长 63%。</p> <p>Laurèl 品牌上半年实现收入 1.96 亿元，同比增长 28%，是公司上半年增长最优秀的品牌。上半年品牌线上在天猫与唯品会保持良好增长的同时，视频号与小红书也取得较快突破，线上销售增长超 60%。</p> <p>IRO 品牌中国区上半年收入同比快速增长 20%，今年上半年线上和线下同步发展，使得国内规模已经与海外收入规模基本接近。</p> <p>self-portrait 品牌上半年实现收入 2.36 亿元，同比增长 12%。6 月借助热门影视剧《玫瑰的故事》的播放，品牌通过线上线下的联动，对拉新、老会员复购都起到较好帮助。线上抖音实现较大突破，品牌上半年线上销售同比增长近 30%。</p> <p>海外受到通胀等宏观经济波动影响，今年上半年海外一些优秀的国际公司也出现下滑。IRO 品牌海外收入端二季度较一季度下降幅度加大，二季度亏损较去年同期有所加大。海外目前关闭不良店铺的计划在推进中。</p> <p>2024 年上半年公司归母净利润下滑主要受海外影响，由于海外费用较为刚性，导致公司整体费用率高；国内业务伴随多品牌战略推进，收入端、利润端在同行里面是比较领先的表现。</p> <p>二、主要问题及公司回复概要</p> <p>1、上半年存货周转天数提升的原因？</p> <p>答：近几年伴随多品牌策略的推进，销售额持续增长，同时随着电商规模的快速发展，目前部分平台的库存货品供应还不够充足，因此存货规模相应有所增加。从经营角度看，目前公司库存周转仍处于相对良性循环。同时，公司已建立健全的覆盖全渠道的高效货品流转机制，强化库存管理。</p> <p>2、上半年Laurèl品牌毛利率下降的原因？</p> <p>答：毛利率的波动主要与渠道结构、货品结构相关。目前货品倍率基本保持</p>
----------------------	---

稳定，正价商品折扣控制严格。Laurèl 主要受过季货品处理的影响，过季货品已完全计提存货减值，但在会计处理上，需要重新确认成本，因此导致表观毛利率有所下降，实际由于减值已经完全计提完，对利润没有负面影响。

3、上半年电商渠道快速增长的原因：

答：公司在线上采取多品牌多平台的发展策略，近两年逐渐显现出良好的成效。ELLASSAY 品牌延续良好增长，2024 年上半年抖音平台大幅突破。Laurèl 品牌唯品会取得优秀增长，形成天猫、唯品会两大平台支撑。self-portrait 一直保持在天猫轻奢国际品牌的第一梯队，2024 年上半年抖音平台实现较大突破。IRO 品牌在天猫平台快速发展的同时积极探索抖音与小红书直播。Ed Hardy 天猫和唯品会也在积极追赶。

5、公司对于海外业务的展望？

答：上半年受海外宏观经济波动加大影响，海外需求疲软，IRO 品牌海外收入同比下降幅度加大。由于海外费用较为刚性，导致整体费用率有所提升。海外将采取严格的费用控制措施，关闭亏损及没有战略意义的店铺，目前在按公司节奏推进。下半年将通过缩减成本和控制费用方向继续努力。

6、上半年线下直营门店店效情况？

答：公司旗下品牌的店效，总体在行业中处于较高领先的水平。近两年受国内消费景气度的变化有所分化，上半年国际品牌 Laurèl、IRO 中国区同店基本平稳。self-portrait 整体店效仍处于行业最领先的水平。综合看，公司整体同店水平基本保持平稳。

7、ELLASSAY品牌经销商的库存水平是什么趋势？

答：公司对于经销商的库存提供了最大化的支持政策协助经销商消化库存，目前加盟商整体库存水平较为良性可控。

8、上半年分销渠道收入下滑的原因？

答：主要是受海外宏观波动影响，海外批发收入下滑加大。国内端，ELLASSAY 品牌经销商库存水平较为良性，同时今年上半年开发了俄罗斯客户，整体有所增长；Ed Hardy 调整与经销商的合作模式，目前采用联营合作方式为主，上半年加盟渠道同店相对平稳。

9、上半年销售费用率较高的主要原因？

答：上半年销售费用率较高主要为海外收入下滑且刚性成本较高拖累所致，同时公司为长期发展加大了品牌建设投入。国内销售费用控制整体来说比较平稳，目前开店以适度节奏推进，同时精细化管理和预算控制，国内销售费用基本控制在合理水平。

10、公司下半年渠道扩展计划？

	<p>答：公司的开店规划主要与各品牌所处的发展阶段相匹配，歌力思全年将保持合理的新开店计划，净开店数量需要考虑老店淘汰数量。国际品牌中，self-portrait、Laurèl、IRO 中国区均处于良好的成长期，至今年上半年总体保持了合理的扩张速度。海外市场将有序推进关闭亏损及没有战略意义的店铺。</p>
附件清单（如有）	无
风险提示	<p>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。</p>