

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	☒特定对象调研 ☒分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☒其他（<u>电话会议</u>）
参与单位名称及人员姓名	长江证券、交银施罗德基金管理有限公司、信达澳亚基金管理有限公司、新华养老保险股份有限公司、长城证券、华泰资管、国盛证券、中金公司、华西证券、东北证券、德远投资、东吴证券、国信证券、申万菱信、山西证券、浙商证券、国泰海通证券、中银理财、华安基金、紫金信托、江西彼得明奇私募基金、光大证券、申万宏源证券、广发证券、国盛证券、招商证券、兴业证券、银河证券、开源证券、保宁资本有限公司、恒盈基金、国旺鑫投资、华润银行、双佰家办（深圳）、红思客资产管理。
时间	2025年8月29日星期五 10：30-11:30 2025年8月29日星期五 14:00-15:00 2025年9月3日星期三 13:30-14:30 2025年9月19日星期五 15：00-16:30
地点	电话会议、现场调研
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
投资者关系活动主要内容介绍	交流的主要内容及回复概要： 一、2025 年上半年业绩概况 2025年上半年，面对复杂的宏观环境以及激烈的市场竞争，公司旗下品牌在国内保持着良好的增长态势，公司实现营业收入13.71亿元，剔除出售Ed Hardy影响的可比口径下，主营收入同比增长约4%。可比收入的持续增长，主要得益于多品牌的协同发展，同时线上在多品牌多平台的发展战略推动下获得持续快速增长。线上收入在可比口径下的增幅达到21.2%，推动国内业务可比收入同比增长约4.9%，其中二季度国内业务可比收入增长8.4%，公司多品牌在国内市场的份额进一步获得提升。 2025年上半年公司旗下各品牌在线下积极推动门店升级与单店效率优化，

线上则继续实现多平台突破，线上线下协同推动国内可比收入达成了良好增长。其中ELLASSAY品牌在国内高端女装行业中表现稳健，报告期内实现收入5.42亿元；Laurèl品牌实现收入2.15亿元，同比增长了9.6%；self-portrait品牌收入达到了2.85亿元，同比实现了20.6%的快速增长；IRO品牌中国区实现收入1.52亿元，增长幅度达到了16.2%，中国区收入已经与品牌海外地区收入接近，品牌海外有序推进降本增效措施，优化低效门店，经营结果获得改善。下半年公司将继续加速关闭低效门店，严控预算和有效费用控制，同时聚焦对设计的投入和品牌的投入，力争海外业务持续实现更好的改善。

2025年上半年，公司积极拥抱AI技术，持续推进各类AI技术在设计、运营、供应链等领域的实践。同时积极推进流程优化、效率提升、供应链管控、严格预算管理、强化营销活动品效合一等，全面提升精细化运营能力，严格执行费用预算，提高各项资源的利用效率，公司降本增效效果逐步显现，费用得到有效控制，销售费用率和管理费用率合计下降2.1个百分点，存货周转率由0.8次改善至1.1次，盈利能力明显恢复，实现归属于上市公司股东的净利润8,506万元，同比高增45.3%。

二、主要问题及公司回复概要

1、公司毛利率下降的原因？

答：毛利率的影响因素较多，包括销售折扣和销售结构等，其中销售折扣上，公司高度重视维护品牌，对于当季产品销售折扣进行严格的管控，当季商品销售毛利率相对稳定。上半年毛利率有所下降，主要因为加大了往季库存消化，这短期影响了公司的毛利率。同时，由于往季货品已在过去年份计提过存货减值，因此往季货品消化对净利润率影响较小。

2、公司存货周转改善原因？

答：公司库存循环处于良性可控范围，今年上半年进一步加强库存管理，在可比口径销售保持增长下，改善了库存周转效率，存货周转率从 0.8 次改善至 1.1 次。未来公司也将继续强化货品库存率的管理，并拓展优质奥莱店铺等渠道。此外，公司与外部 AI 供应商合作自主研发供应链智能体系统，实现 AI 自动解析采购需求，匹配供应商，自动化执行采购，动态预测需求波动，调整采购计划，以更好的避免库存积压或短缺。

3、公司门店拓展的计划？

答：公司将根据各品牌所处的发展阶段、市场与渠道的情况综合进行规划。

近几年公司的国际品牌 self-portrait、Laurèl、IRO 中国区均处于良好的成长期，ELLASSAY 品牌整体门店数量较为稳定，未来公司将整体上会更注重品牌力与品牌势能的提升。在海外市场，我们今年将加速淘汰低效和不良门店。未来公司制定与当下的经济形势相适应的门店规划，也会将单店质量视为更重要的发展基础。

4、公司销售费用率下降的原因？

答：公司今年尤其重视在品牌营销端强调品效合一，提高各项资源的利用效率。同时伴随海外不良店铺的关闭，也带来了销售费用率的下降。

5、公司海外业务改善情况？

答：法国 IRO 品牌海外业务降本增效措施目前正有序实施，2025 年上半年海外业务有序关闭低效门店，并进一步严格预算控制，加速推进降本增效，费用有所控制，海外业务利润上半年呈现逐步改善。下半年公司将加快低效门店淘汰节奏，未来将根据海外经营环境灵活调整，保留可良性发展的门店，也会继续加强品牌和产品研发投入，推动法国 IRO 品牌持续恢复健康发展。

6、上半年百秋的表现怎么样？是否还有上市规划？

答：上半年整体消费环境保持平稳，百秋尚美作为国内奢侈品、高端时尚品牌头部代运营商，上半年经营性收入、利润取得稳健增长，此外，相关政府补贴较去年同期有所增加。公司作为百秋尚美的重要股东，会积极支持百秋尚美通过上市等多种途径进一步发展壮大。

7、公司分销毛利率下降的原因？

答：公司对于年份较久的库存加大了处理，财务口径归类至分销业务。由于往季货品已在过去年份计提过存货减值，往季货品消化对净利润率影响较小。

8、未来品牌收购战略是怎么样？

答：未来对于并购会采取更严谨的态度去处理，会审慎评估潜在的机会，并持续通过精细运营充分发挥多品牌的增长潜力，实现多品牌的优势互补和协同效应。公司目前通过投资、并购、合作经营等方式，建立了涉及通勤、社交、休闲、商务等多种风格的高端品牌矩阵。未来公司仍将专注主业，推进国际化多品牌战略。

	9、高端女装公司未来利润增长空间在哪里？ 答：我们认为未来消费是K型分化，消费降级和升级并存，我们将聚焦高端，持续满足消费者的差异化需求。公司未来增长的空间，第一是持续挖掘品牌内涵，提升品牌力推动同店的增长，这是品牌竞争力的重要体现；第二是品牌门店的有质量扩张，通过开设形象店、旗舰店，扩大原有店铺面积等方式，不断增加市场占有率；第三是线上多品牌挖掘多平台的增长潜力；第四是多品牌多产品线不断扩充。 10、公司怎么看待AI的趋势，歌力思在哪些方面进行了AI投入？ 答：2025年是AI技术高速发展的一年，公司高度重视AI为企业经营管理效率提升的作用。 1）集团层面成立了AI领导小组，自上而下地加速AI在集团内部的推广应用，并设立“最佳AI应用奖”，鼓励集团上下积极拥抱AI技术，同时内部设立AI社区，推动员工对于AI应用进行交流互动，加强内部学习氛围。 2）在设计方面，公司持续加大在设计企划提案中蝶讯AI、Look AI、ChatGPT等AI工具的使用，提升企划阶段的设计效率和设计细节的精准度。 3）供应链和商品管理方面，公司与外部AI供应商合作自主研发供应链智能体系统，实现AI自动解析采购需求，动态预测需求波动，调整采购计划，避免库存积压或短缺；公司第七在线等与外部商品管理AI服务提供商合作，搭建AI智能商品解决方案。 4）营销和运营方面，公司使用AI技术，制作各品牌产品lookbook、多场景服装的图片展示和视频，提升生图效率并节省拍摄费用； 5）管理方面，公司引入了AI智能洞察工具，利用企业大数据+AI分析，协助帮助门店进行销售诊断分析，提炼影响销售额的关键因素。
附件清单（如有）	无
风险提示	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。