

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 checked="" 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	东方财富证券、东方财富证券、青骊投资管理（上海）有限公司、光大证券、璟恒投资、开源证券、交银施罗德基金管理有限公司、太平资产管理有限公司、国泰基金管理有限公司、Foundation Asset Management (HK) Limited、中国人寿资产管理有限公司、宝盈基金管理有限公司、长江证券、广发证券、华西证券、浙商证券、华泰证券、浙商证券、山西证券、天风证券、中信证券、国信证券、中国银河证券、上海山楂树甄琢资产管理中心（有限合伙）、富安达基金管理有限公司、华泰保兴基金管理有限公司、广东正圆私募基金管理有限公司、世纪腾云投资管理有限公司、博时基金管理有限公司、长城基金管理有限公司、上海途灵资产管理有限公司、中泰证券、汇丰晋信基金管理有限公司、上海泰旸资产管理有限公司、远思基金、深圳前海精至资产管理有限公司、申万宏源、东方证券、循远资产管理（上海）有限公司、信达证券、国泰海通证券、安信基金管理有限责任公司、中国国际金融股份有限公司、泰信基金管理有限公司、民生加银基金管理有限公司、深圳市尚诚资产管理有限责任公司、国盛证券、西安江岳基金管理有限公司、长江资管、平安证券、上海大威德投资有限公司、江西彼得明奇资产管理有限公司、深圳前海承势资本管理合伙企业（有限合伙）、KTF Capital Management Limited、美的-盈峰资本、上海丰仓股权投资基金管理有限公司、东吴证券、上银基金管理有限公司、开弦资本管理有限公司、上海泽镁娴私募基金管理有限公司、大湾区发展基金管理有限公司、华宝信托投资有限责任公司、西安江岳基金管理有限公司、上海胤胜资产管理有限公司、东北证券、中加基金、国金证券
时间	2026年1月29日星期四 10: 00-11:00 2026年1月29日星期四 14:00-15:00 2026年1月29日星期四 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
	<p><b>交流的主要内容及回复概要:</b></p> <p><b>一、2025年业绩预告概况</b></p> <p>2025年公司旗下多品牌矩阵稳健发展，其中国际品牌self-portrait、Laurèl以及 IRO在国内市场表现突出，线下保持了门店的高质量运营管理，线上平台持续快速发展，主品牌歌力思，前三季度保持平稳发展，四季度公司加强折扣管理，持续提升会员消费体验，短期销售有所波动，整体国内业务营收可比口径实现良好增长。海外业务降本增效举措有序推进，2025年公司加速优化海外低效门店。剔除Ed Hardy不再并表的影响下的可比口径，公司实现营业收入（可比口径）同比增长约1%-5%左右（未经审计）。同时，公司持续提升运营效率，加强品销合一，严格执行预算管理，国内市场费用率得到进一步下降，推动国内业务利润实现良好增长。海外业务利润实现逐季改善，与过去两年相比明显改善。</p> <p><b>二、主要问题及公司回复概要</b></p> <p><b>1、2025年利润表现良好的原因？</b></p> <p><b>答：</b>1) 旗下国际品牌过去几年在中国市场都呈现比较好的发展态势；其中self-portrait，过去几年快速增长得益于产品端的创新，同时渠道拓展布局在每个城市最能聚集高端人流的商场，整体营销上通过小红书等社交媒体宣传的打法也是非常年轻化，IRO 和 Laurèl 延续良好发展态势。整体上源于我们过去几年对于品牌打造的投入的重视以及对于门店运营质量的重视。同时，公司也非常重视费用精细化管理。2) 主品牌歌力思今年加强折扣管理，强化品牌力打造，推动品牌利润率持续恢复。3) 海外业务降本增效举措有序推进，加速关闭低效门店并严格预算管理，利润逐季改善。4) 受益于2025年欧元汇率的升值，公司2025年产生了较好的汇兑收益。</p> <p><b>2、公司存货周转改善原因？</b></p> <p><b>答：</b>公司存货控制总体比较良性，今年进一步加强商品供应链管理，加大快速反应生产能力，且积极拓展优质奥莱店铺等渠道，推动前三季度存货周转率有所提升。公司高度重视维护品牌，对于产品销售折扣进行严格的管控。</p> <p><b>3、公司门店拓展的计划？</b></p> <p><b>答：</b>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。</p>

公司前三季度国际品牌 self-portrait、IRO 中国区保持合理净增长，Laurèl 品牌门店保持稳定，ELLASSAY 品牌近几年持续渠道升级，开拓更优质的门店，对达不到品牌定位的店铺进行关闭。未来公司将更注重各品牌的品牌势能打造，提升单店质量，有序推进旗下品牌的合理门店规划。

#### 4、公司对线上业务未来的规划？

**答：**公司对于线上将会继续采取多品牌多平台发展的策略，各个平台都会寻求积极挖掘发展空间。2025 年歌力思在视频号平台获得良好发展，国际品牌方面，IRO、Laurèl 抖音平台快速发展，self-portrait 天猫平台保持在国际轻奢品牌第一梯队，抖音取得良好发展。

#### 5、百秋尚美2025年的经营情况以及未来的展望？

**答：**百秋在战略聚焦上做的比较好，持续聚焦在时尚类的奢侈品和高端品牌运营，形成了较强的护城河。2025 年百秋尚美各业务线稳健发展，带动其自身收入实现同比增长；同时，百秋尚美加强成本管控，推动其自身利润同比实现良好增长，这也带动了本公司的投资收益相应增加。同时，基于集团的战略聚焦以及现金流回笼的考量，公司在持股比例上将有所下降，对公司 26 年及以后投资收益可能会产生一定影响。

#### 6、2026年对于费用控制的规划？

**答：**公司 2025 年对于品牌力投入有所加强，但同时更强调品销合一。2026 年仍是公司的“降本年”，公司将继续争取对费用取得良性的管控。

#### 7、公司对于AI的应用情况？

**答：**公司从“设计-供应链-商品管理-品牌运营”全链路布局 AI。

1) 在设计模块，通过 AI 的使用，改变了传统服装设计流程，使得设计效率大幅提高，减少了重复打版、样衣制作的成本，未来对于普通设计师的需求会继续减少，会更看重设计师的审美能力。以前的设计流程是先找 VIP 调研，企划部做商品设计企划案，设计师据此进行款式设计、打版、复盘、评审，最后上订货会形成订单，流程里面其实消费者只在最前端提供了一些模糊的方向。实际产品还是会容易和消费者脱节。新流程在原来的基础上，在企划阶段利用 AI 直接生成款式 look 图，取消了打版和内部初审环境，改为邀请顾客、导购、店长、商品营运参与 look 的评审，然后再根据意见，利用 AI 调整设计并同步生

	<p>成视频和场景搭配，再制作头版，最后经过复审，就可以上订货会了。进一步贴近消费者需求。</p> <p>2) 供应链模块，公司通过自研 AI 系统，实现了自动计算面辅料是否能支撑款式制作，实现算料和齐套，根据面辅料报价自动下单并签署合同，取代了过往需要大量的人手去计算面辅料是否能支撑款式制作的过程。通过 AI 系统提升快反效率，节约了人力成本。</p> <p>3) 商品管理方面，公司与第七在线等外部 AI 供应商合作定制了 AI 系统，通过算法预测商品在不同时间、地点、人群中的成交率和销量，帮助企业判断下单量，相信未来能在商品管理端逐渐对公司起到优化作用。</p> <p>4) 营销视觉端，目前公司与外部供应商合作定制了专属的 AI 模特，并通过使用 AI 应用，生成 look 图、宣传用的穿搭、氛围场景图，逐步节约拍摄费用。未来公司将会进一步取消常规拍摄，仅保留代言人的大片拍摄，进一步节省拍摄费用。</p> <p>5) 品牌运营模块，公司在多个环节利用 AI 进行赋能提效，未来旗下多品牌会逐步落地。首先是 AI 直播上，旗下部分品牌已经利用 AI 数字人，在电商平台实现 24 小时直播；门店销售培训上，部分品牌通过 AI 练货，将销售话术进行录像，并提交给 AI 进行打分和提出改进意见，提高平均销售能力水平。门店的数字化运营上，公司通过 AI 智能洞察，通过 BI+AI 对店铺数据分析，提取核心数据并可视化，推送给门店店长，可以帮门店店长快速发现问题，提高门店管理效率。</p>
8、未来品牌收购战略是怎么样？	<p>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。</p>
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。