

证券代码：002345

证券简称：潮宏基

广东潮宏基实业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2017-003

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"/> 一对一沟通 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	兴业证券：刘嘉仁
时间	2017年3月14日
地点	公司会议室
上市公司接待人员	证券事务主管：江佳娜
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、定增主要拓展IT系统、移动设备以及体验店升级的规划？</p> <p>答：公司本次定增将投资用于公司“珠宝云平台创新营销项目”，主要基于迎合当前年轻消费群体的消费习惯及对婚庆珠宝的消费需求，利用数据分析、移动互联网等信息技术，改造升级现有实体店柜，并通过移动设备和移动营销顾问延伸销售服务，建立线下实体店与线上平台一体化发展的商业模式，帮助客户随时随地进行产品浏览、咨询、在线预约、购买以及个性化定制等活动。</p>

2、定增项目关于婚庆这块预期如何？

答：目前我国年均有超过 1,300 万对新人结婚，加上结婚周年纪念日的首饰消费，婚庆类珠宝的购买比例不断攀升，婚庆类珠宝消费市场稳定且规模庞大，且未来该品类将更趋时尚及个性化，产品单价将逐步提高，市场前景广阔。目前公司婚庆类产品的收入占比较低，前期在此细分市场未投入足够的资源。本次定增募投项目的投建将帮助公司建设个性化的时尚婚庆珠宝首饰 O2O 消费平台，重构公司在婚庆类珠宝市场的竞争优势，完善公司的产品供应链，为公司带来新的业务增长点。

3、电商新渠道销售情况怎么样？商业模式？线上销售占比？

答：电商还是以自营为主，珠宝这块以我们自有团队在运营，FION 主要采用代运营的方式。近几年电商同比增速较快，占总收入比重大概 10%左右。与珠宝本身属于体验型消费有关，且单品价格较高、个性化强，较其它消费品不同，目前来说，消费者通过在门店试戴和购买的意愿更强一些。

4、公司未来的开店计划？

答：公司每年开店均计划在 80 家左右，会根据市场环境、商圈变化等进行调整。

5、思妍丽目前的运营情况？如何进行管理？

答：思妍丽是中国高端美容美体 SPA 连锁龙头，在全国 40 多个城市拥有近 150 家门店及一定数量的高端会员，拥有自主化妆品牌 DR Bio，同时还代理法国多个高端护理品牌，以及持有 7 家医疗美容机构牌照。目前国内整个生活美

	<p>容行业相对来说集中度还是较低的，未来随着大家对品质的要求的提升，对品牌的依赖会更强，所以相信像思妍丽这样市场认可度比较高、运营管理能力比较强的高端美容企业来说，成长空间应该会更大。</p> <p>公司目前主要是做好投资管理，思妍丽服务于广大时尚女性，与公司核心客户群高度吻合，未来主要从会员资源方面希望能够更大程度地聚集和整合资源，与现有珠宝、皮具等业务在渠道和会员上实现协同，以及在化妆品、生活美容和医疗美容之间实现协同。</p> <p>6、公司框架与未来规划？并购对象的衡量标准是怎样的？</p> <p>答：未来公司战略是继续立足时尚产业布局，围绕中产阶级女性客群，打造时尚生活生态圈。随着公司去年底进军美容行业，“她经济”战略格局进一步拓宽，未来我们还是围绕珠宝、皮具和美容这三大板块去做好完善和提升，推进现有业务与新业务在会员共享和转化、渠道合作等方面的协同，继续做大做强现有业务，在这基础上继续寻求具有协同效应的优质项目，构建以中产阶级为核心人群的时尚生活生态圈。并购项目主要从项目收益、风险以及与公司战略吻合度等方面进行衡量考虑。</p> <p>接待过程中，公司接待人员与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单	无
日期	2017年3月14日