

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：2017-006

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 一对一沟通
参与单位名称及人员姓名	光大证券：孙路、程璐 中铁宝盈资产：曾迪
时间	2017年5月9日
地点	公司会议室
上市公司接待人员	董事会秘书：徐俊雄 证券事务主管：江佳娜
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司线上业务情况？</p> <p>答：电商还是以自营为主，包括自有平台及天猫、京东、唯品会等第三方平台，其中天猫营收占比最高。16年电商占总收入比重约14%，其中珠宝销售2.9亿，女包销售近1亿。近几年电商同比增速还是比较快的。</p> <p>2、店面形象更新换代情况？</p> <p>答：公司每年会根据市场环境、商圈变化等进行门店调整。今年潮宏基珠宝会升级第七代终端门店形象。同时为迎合年轻一代新消费群体的变化，我们今年也在逐步推出新的门店形象，我们称之为时尚店，突破传统珠宝店形象，以轻奢、简约时尚为定位，目前在北京五彩城、杭州万象城、上</p>

海正大开了 3 家店。

3、传统金饰方面，金条销量如何？

答：16 年公司传统黄金首饰销售占比为 25.79%，销量主要来自黄金首饰，金条较少。目前我们将黄金类产品定位成辅助类产品，将核心放在 K 金、钻石等消费需求拉动的产品上。

4、外延扩展方向？

答：结合集团新五年战略规划，今年继续立足美丽经济产业布局，在现有业务合理增长的基础上，围绕珠宝、皮具、美容三大板块做好完善和提升，强化项目投后管理能力，并在此基础上继续寻找和我们具有协同效应的优质项目。

5、之前定增珠宝云平台的情况？

答：本次定增将投资公司“珠宝云平台创新营销项目”，主要为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。

婚庆市场方面，我国每年有超过 1000 多万对新人结婚，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，二胎政策也将带来未来的预期增长，且随着新婚消费水平的不断提高，大克重的钻石逐渐受到青睐和追捧，产品单价逐步提高，未来婚庆类首饰的市场空间比较大。基于目前我们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，因此本次定增募投项目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。

6、医美业务目前情况？

答：公司去年底参股了思妍丽和更美，其中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

	<p>150 家门店及超过 10 万名会员，门店主要位于一线城市地标性的商业中心、购物中心，推出自主化妆品牌 DR Bio，在消费者中口碑较好，同时还代理法国多个高端护理品牌，以及开始建设医疗美容机构。目前国内整个生活美容行业里面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的高端美容企业来说，成长空间应该会更大。</p> <p>更美作为全球最大医疗美容与健康服务平台，提供整形、微整形、齿科、眼科、抗衰老等消费医疗服务，平台用户突破 1800 万，拥有数量庞大的客户群。</p> <p>目前我们主要是做好投资管理，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>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 5 月 9 日