证券代码：300577 证券简称：开润股份

**安徽开润股份有限公司**

**投资者关系活动记录表**

 编号：2017-004

|  |  |
| --- | --- |
| **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  |
| **参与单位名称及人员姓名** | 国泰君安、广发证券、申万宏源、汇添富基金、鹏华基金、博时基金、南方基金、大成基金、易方达基金、长信基金、华安基金、国投瑞银基金、工银瑞信基金、华泰柏瑞基金、光大保德信基金、招商证券、兴业证券、中泰证券、东吴证券、青沣资产、景熙资产、平安资产、申九资产、红士创新基金、太平资产等 |
| **时间** | 2017年6月15日下午14：00—16：00 |
| **地点** | 上海市松江区莘砖公路518号14号楼5楼公司会议室 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事长范劲松、董事会秘书丁丽君 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **一、介绍公司的经营模式、未来发展规划、自有品牌发展情况等基本情况**二、**主要问题及回答**1、公司是小米生态链中第一家A股上市的公司，小米生态链也涌现出很多优秀的公司，请问小米生态链给公司带来的优势有哪些？答：小米生态链现在有90家左右的公司，小米生态链带来的优势主要有：1）小米的渠道，包括小米商城、小米京东店、小米天猫店、小米线下店、米家商城及小米海外销售渠道；2）小米的用户基数；3）小米对所有供应商的信用背书作用等。2、当人均收入达到一定水平后，消费者对品质的需求将逐渐超过对品牌的需求，会追求高质低价的产品，请问公司怎么看国内未来几年消费环境的变化？ 答：中国目前正处在消费升级的大环境下，未来消费者更注重产品的品质和调性，而不是一味追求品牌，消费选择逐渐趋于理性，会选择高性价比的产品，这样的产品理念也是我们长期坚持的。3、请问公司未来计划如何满足产品品类的扩张带来的设计和人才需求？ 答：在产品品类扩张方面，围绕出行场景，公司一方面引进优秀的设计研发人才来开发产品，比如目前通过与高校合作培养箱包设计人才，在海外如美国、韩国、台湾、香港均有合作的设计师；另一方面利用生态链的模式进行产品品类扩张。4、公司推出产品的战略为打造极致爆款，但随着公司的发展，涉足新的领域时会面临不同的竞争环境，公司如何保证未来持续保持优势？答：打造爆品的方法和逻辑：1）满足80%用户的80%需求；2）不断去研发解决用户痛点的产品；3）不断和用户进行互动，根据用户的反馈进行产品迭代。公司进行产品开发的方式主要分为两种：1、一个专门进行爆品开发的团队，这个团队的特点是专注、认真、有耐心、不求快；2、另一个团队是针对一些特定的产品功能进行开发并快速更新产品。公司希望用爆品的策略带动其他相关产品的快速扩张。5、公司未来在渠道扩张上有没有什么规划？ 答：公司将销售渠道主要分为线上渠道、线下渠道和海外渠道。线上渠道方面包括小米、京东、淘宝、天猫四大电商平台，此外还有一些垂直销售平台。线下渠道也是公司下一步谨慎考虑的渠道扩张方向。海外渠道方面，主要方式为跨境电商模式和线下开店模式。6、公司的核心产品为旅行箱、背包，并且在逐步延伸到功能性服装和鞋，功能性服装和鞋类的市场空间是否不如箱包行业，拓展这些品类给公司带来的业绩增长是否不如专注于箱包品类产品带来的业绩增长快？公司在供应商选择上是如何考虑的？答：公司的产品定位为围绕优质出行场景，围绕90分的目标用户群即追求生活品质、渴望自我价值实现的城市新中产阶级，提供好看、好用、价格合理的产品。公司会围绕产品定位，逐步扩张公司的产品品类，提升公司差异化的竞争能力，扩充公司的产品品类是公司商业模式决定的必然趋势。从市场容量上来看，服装和鞋同样也拥有巨大的市场。公司在供应商的选择上一定是选择优秀的供应商进行合作，包括面料、旅行箱材质、拉杆、轮子、海关锁等方面。7、公司的品牌定位于出行场景，怎样把这样的品牌定位更深入的传递给消费者？答：公司品牌定位的渗透是一个长期的过程。首先，公司从旅行箱这个具有出行属性的品类去切入；其次，公司在市场营销和粉丝的互动之中不断推广公司出行产品的品牌定位；此外，未来公司在拓展线下渠道过程中，在线下门店的装修、设计、推广以及产品的选择一定会强化出行场景的定位，公司未来也会和旅行相关的公司进行合作来推广公司产品。8、公司B2C未来利润率合理水平是多少？未来公司在箱包市场份额能占到多少？答：关于B2C的利润率，公司仍然会坚持追求高品质且价格合理的产品理念的同时保持公司长期健康的盈利状态。箱包市场的市场很大且很分散，我们无法预测公司未来的市场份额，未来公司会更加专注产品，逐步做大公司规模。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2017年6月19日 |