

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：20201109

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议） <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	东北证券 刘青松 国开金融 秦雯 华夏基金 黄文倩 东方基金 陈诚 长盛基金 郭堃 中加基金 王梁 泰达宏利 周少博
时间	2020年11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 证券事务代表：林育昊
投资者关系活动主要内容介绍	<b>1、三季度整体业务恢复如何？</b> 答：从终端实际数据来看，市场基本恢复到去年同期水平，营收持平，但是品类方面有较大的变化，其中毛利较低的足黄金类占比下降，整体净利润同比增长10%多，因为公司参股的思妍丽受疫情影响，利润同比下降，如果剔除思妍丽投资收益，公司净利润实现同比20%多的增长。

**2、从我们收集到的信息来看，大家对潮宏基的产品非常认可，相比之下比较年轻、时尚、款式多，公司在产品年轻化的同时，是否也会开发适合中、老年品类的珠宝？**

答：公司成立品牌伊始就坚持以质量、工艺取胜的产品差异化战略，产品设计和工艺研发在业内具有明显的优势。公司产品较为紧跟潮流和吸引年轻客群，已经连续8年推出彩金潮流报告，今年主题是国潮，产品受到市场的热烈追捧。当然，公司每年推几千款式，且重视会员持续维护，核心客户25—45岁左右，其实各种年龄均能在潮宏基找到合适的时尚款式。

**3、公司加盟店的占比提高了很多，未来门店的开店规划？**

答：公司之前一直以自营门店为主，一度占到八成以上。今年以来珠宝加盟店新开店超过70家，目前加盟店占比已超过50%。未来公司门店拓展也将延续以加盟为主的策略，虽然上半年在疫情的冲击下，渠道拓展及开店筹备工作节奏有所放缓，随着形势的稳定将会加快门店的拓展步伐。

**4、我们也关注到公司数字化建设，取得了什么成效，未来在直播业务方面有什么规划？**

答：上半年在疫情的冲击下，传统线下渠道受阻，公司借助原有的数字化基础，加速智慧云店的建设，强化品牌线上线下融合运营能力，保持业务的稳定增长。云店模式打通了线上和线下的互联，不仅实现物理库存空间的延展，也使我们的店员可以全天候开展销售。今年因疫情影响直播带货等新销售手法持续升温，在私域方面，公司利用智慧云店的直播功能，针对各品牌的会员开展私域直播15场，累计观看188.1万，互动量超过3757万，单场直播销售额近千万。公域方面，自建直播团队使淘宝直播、抖音等平台直播常态化，同时各个门店也自发直播带货，带来一定的销售贡献。前三季度公司还与头部直播带货达人进行合作，为品牌提高曝光声量，积极将公域流量

	<p>转化为私域流量。今年3月，潮宏基珠宝“花丝糖果”系列登上李佳琦直播间,仅15分钟即售出8000件创下珠宝最快销售记录,关注度和流量暴涨,成为2020年火到出圈的人气爆款;5月末与薇娅直播开售哆啦A梦项链,全渠道曝光超7500万,销售量取得5000多件的不俗成绩;9月网红款“樱花”项链登上李佳琦直播间,观看量达1893万,3000件一次售空。未来除了内部员工日常常规直播之外,会加大与头部、中腰部主播平台的合作,加强品牌宣传、增加销售和流量引进。</p> <p>接待过程中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	2020年11月10日