

证券代码：000026/200026

证券简称：飞亚达/飞亚达 B

## 飞亚达精密科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20230526

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"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	申万宏源证券有限公司 新华基金管理股份有限公司 华夏基金管理有限公司 国泰君安证券股份有限公司 中国人寿养老保险股份有限公司 开源证券股份有限公司 深圳前海联合基金管理有限公司 中泰证券股份有限公司
上市公司接待人员姓名	总会计师、副总经理兼董事会秘书 宋瑶明 证券事务代表 熊瑶佳 董秘办工作人员 钟洁莹
时间	2023年5月24-25日
地点及形式	飞亚达科技大厦会议室（现场调研）
交流内容及具体问答记录	<b>Q：公司手表业务目前经营情况如何？对后续发展有何预期？</b> A：过去几年，伴随国民消费水平提升和品牌意识加强，国内手表行业整体规模持续扩大，公司手表业务整体呈稳定发展的态势。其中，名表业务抓住消费升级、回流的机遇，紧抓数字化零售系统应用及各项门店运营管理工作，单店单产得以显著提升，渠道结构得以不断优化，业务增长相对较快；自有品牌业务所处的国表市场整体承压，通过品牌重塑，确立“以航空航天表为特色的高品质中国手表品牌”定位，持续塑造“航空品牌”，并同步对产品、渠道、营销等各个维度进行调整，“航空航天”

等核心系列产品的销售占比持续提升，品牌差异化日渐凸显。

今年一季度开始，线下客流量逐步恢复，消费市场有所回暖，同时也面临出行放开带来的消费分流，消费市场仍然不稳定，公司通过扎实推进运营管理各项工作，经营业绩同比保持增长趋势。

未来，公司“亨吉利”名表零售业务将继续推进渠道运营能力及服务水平提升，深化品牌合作；“飞亚达”为主的自有品牌业务将基于新的品牌定位，进行资源的精准投放，发展线上特别是新媒体渠道。公司对手表业务的全年及长期发展保持乐观，也将尽力达成更好业绩。

**Q：名表消费目前有什么变化趋势？**

A：从品牌结构上看，瑞表全球销售均价在过去五年呈现明显上升的趋势，中高价位段品牌整体表现更加坚挺。同时，名表品牌分化趋势日趋显著，头部品牌需求强劲，品牌力优势更加凸显。

从人群结构上看，名表消费人群不断年轻化，目标客群年龄段逐渐拓宽。同时，随着消费者自我意识不断增强，消费动机逐渐演变为以自我奖赏、社交需要为主，消费日趋个性化、理性化。

在此背景下，“亨吉利”名表零售业务将持续推进品牌及门店结构升级，深化数字化零售系统应用，加强顾客拓展及维护，提升顾客粘性。

**Q：出境游的放开对名表业务有何影响？**

A：根据瑞士钟表出口数据，2023年一季度，瑞表出口整体呈现平稳增长态势，向中国大陆市场的金额增速和比重相对稳定，中国大陆市场份额位居世界第二。随着出境游的放开及香港恢复全面通关，香港市场有所反弹，但环比增长趋于平滑。从公司经营数据来看，随着市场需求回暖，叠加基数效应，当前名表零售业务增长势头较好。

中长期看，一方面，随着全球经济环境变化及中国大陆消费水平的逐步提升，瑞表向中国大陆市场出口的金额和占比整体呈上升态势，海南免税等渠道为中国大陆消费者提供更多的场景选择，推动大陆名表市场持续扩容；二方面，名表品牌方基于全球市场的变化及长期发展考虑，动态调整全球定价策略，持续缩小境内外购买名表的价差；三方面，随着消费水平提升、消费者心态及动机持续演变，中国大陆名表消费人群规模整体呈扩大趋势；与此同时，渠道商围绕顾客研究和服务体验深化

运营管理水平，数字化进程加快推进，也进一步推动了中国大陆市场成为消费者的可靠选择，顾客粘性不断增强。

因此，我们认为出境游及香港恢复全面通关等因素会引起市场波动，但其长期影响相对有限。

**Q：名表业务的产品价格带及收入占比情况如何？**

A：目前，名表业务总体呈现客单价逐步提升的趋势，中高端品牌主力成交价位段在 3-5 万元之间，销售占比相对较高，与瑞表出口数据趋势基本一致。

**Q：名表业务目前门店数量，今年的开店计划？是否考虑扩充品类？**

A：公司在过去几年持续优化品牌及门店结构、提升运营管理能力，亨吉利门店数量基本持平。同时，亨吉利不断探索新的门店合作模式和新的品类运营，与历峰集团合作开设 3 家 TimeVallée 集合店，并开设首家眼镜店 Harmony Optical。

未来，我们依然会秉承高质量发展的理念，根据市场情况稳健实施开店计划，不单纯追求门店数量的增加。

**Q：公司对今年自有品牌的发展目标和计划？**

A：公司“飞亚达”品牌将围绕“以航空航天表为特色的高品质中国手表品牌”的定位，产品方面，结合独家航空航天特色 IP 及原创设计，重点发力核心系列，聚焦爆品打造；渠道方面，线下以“空间站”概念店、整包店、时尚集合店为抓手，积极把握渠道机会，提升门店运营能力，线上加速推进抖音等新渠道，推进销售规模提升；营销方面，结合航空航天热点事件及联名跨界等方式开展整合营销，提升品牌声量，推动品牌主流化、年轻化、高端化。

**Q：自有品牌的客单价？未来的提价方式及节奏？**

A：“飞亚达”品牌的平均客单价在 2000 元左右，其中“航空航天”系列产品主打价位段高于品牌平均客单价，我们将围绕“以航空航天表为特色的高品质中国手表品牌”定位，推进核心系列销售占比提升，逐步拉动品牌平均客单价和品牌定位提升。

	<p><b>Q: 自有品牌的电商发展情况，收入占比和增速?</b></p> <p>A: “飞亚达”品牌线上渠道覆盖主流电商平台，并持续推进向抖音等新渠道破局，目前线上销售占品牌收入比重约 20%，总体规模在提升过程中。</p> <p><b>Q: 智能穿戴业务是否有确定场景，经营情况如何?</b></p> <p>A: 近年来，公司积极探索和培育智能穿戴业务，依托授权品牌“Jeep”，围绕“潮酷、轻娱乐”的品牌定位，充分发挥原创设计优势，推出更具竞争力的产品，加速业务规模突破；积极培育自有年轻化智能穿戴品牌“ADASHER”，聚焦核心单品打造。鉴于智能手表与传统手表的行业属性及目标客群存在明显差异，目前业务整体仍处于培育过程中。</p> <p><b>Q: 公司存货是否存在减值风险?</b></p> <p>A: 截至 2022 年底，公司存货金额约 21 亿元，主要构成是名表存货，公司已按照相关会计政策进行风险计提，计提金额对公司经营业绩没有重大影响。公司十分重视存货管理，目前存货库龄结构良好，名表存货周转率处于行业较好水平，不存在相关风险。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次调研活动不涉及未公开披露的重大信息。
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件(如有,可作为附件)	无