

证券代码：300979

证券简称：华利集团

中山华利实业集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-019

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
参与单位名称及人员姓名	线上：兴业证券-赵宇、韩欣，国寿养老-崔恒旭，长江养老-曾知、胡晓冬 黄学军 线下：国联证券-贺思嘉、朱俐凝，国泰君安-曹冬青，鑫元基金-姚启璠，幸福阶乘基金-张东晓，嘉实基金-王力，云慧舍资本管理有限公司-武雁斌、李军辉，济略投资-杨强，海燕资本-陈一帆、李美琪，山东富通得产业投资有限公司-李玉成，融脉投资-宋冰冰，北京资翼-吴迪，星石投资-蒋京杰，东北证券-苏浩洋，申万宏源-求佳峰、李璇，前海联合基金-魏甜，清和泉资本-帅也，峰境基金-陈启明，泓德基金-秦臻，西南证券-蔡欣，中信建投证券-黎子键，中金公司-曾令仪、陈婕、庄铭楷、李乐珊，新华资产-李东正，信达澳亚基金-张剑淘、李博，双安资产-黄河，3W Fund-刘紫莹，颐和久富-陈帅，阳光资产-吴烨琳，东英资管-邵尉，阳光资产-王晓君，泰康资产-沈琛，中邮人寿-曾苧葭，Pinpoint Asset Management-石伟燊，中欧基金-王梅，新思哲投资-谢远然，内蒙古鄂尔多斯投资控股-张迪，Harmolands Capital-方颖蓓
时间	2023年9月14日、2023年9月15日
地点	线上：腾讯会议 线下：中山、深圳
上市公司接待人员姓名	董事会秘书方玲玲
投资者关系活动主要内容介绍	投资者与公司的交流情况： Q：公司对 2023 年下半年及 2024 年订单的展望如何？ A：目前部分运动品牌还在去库存周期，同时由于国际政治、经济形势复杂，很多品牌基于对未来经济形势的不确定性，预告订单相对保守。预计今年下半年，库存情况会逐步好转，但具体的订单及出货安排，要看每个月客户的正式订单的情况。 Q：公司净利率做得比较好的原因？ A：公司毛利率、期间费用率、所得税率都会对净利率有影响，公司净利率变化主要与毛利率波动有关。公司基于销售规模做预算，在成本控制和费用控制方面，公司管控得比较细致，并且执行力比较强，同时不同工厂之间会互相借鉴交流，只要产能利用率在相对合理的区间，公司毛利率会比较稳定；业绩平稳的情况下管理费用率和销售费用率波动也不大。公司未来将持续推进客户结构的优化和运营效率的提高，希望未来公司净利率能保持稳定。

Q: 运动品牌企业是否有自己的工厂?

A: 国外运动品牌企业一般采用品牌运营与生产制造相分离的模式，他们自己没有工厂，国内有些运动品牌企业有自己的工厂。

Q: 单价较高的鞋毛利率也会较高吗?

A: 从定价模式上来看，公司定价采用成本加成模式，在所有原材料成本、人工、营销费用基础上，加上净利率。公司定价模式决定了不同价格的产品毛利率差异不大，但是各型体的订单的规模不一样，各个工厂的运营效率有差异，会影响实际的毛利率。

Q: 2023 年下半年，公司毛利率的优化空间如何?

A: 原材料价格的波动、人工成本的上涨、产能利用情况、员工的熟练度等因素都会影响毛利率，今年对毛利率影响比较大的因素是订单量的波动造成的产能利用率的变化。今年第二季度随着订单量的环比大幅上升，毛利率有所回升。下半年的毛利率情况，要看订单量的情况。

Q: 公司新客户成长趋势很好，展望 2024 年哪些新品牌更乐观?

A: 公司是新客户的重要合作伙伴，未来订单规模的大小取决于品牌的市场拓展情况。希望公司合作的新品牌都能有比较好的业绩增速。

Q: 从报价模式上来看，紧急订单和预告订单会有差别吗? 紧急订单会打乱原订单生产计划吗?

A: 客户在下达每个月的例行订单之后，也会根据销售情况、库存情况以及其他工厂的出货情况等因素，追加紧急订单。紧急订单通常要求的交货时间比较短，对制造商的产能弹性和运营效率要求比较高。对于客户的紧急补货订单，公司会用最快的速度响应客户的需求，部分订单可以做到 2-3 周的时间交货。公司不会对客户的紧急追加订单提价，但是紧急订单会增加公司的营收规模，有利于提升规模效益。紧急订单会对原订单生产计划有影响，所以公司在承接紧急订单之前，要评估物料的齐套时间、产能的弹性。

Q: 公司的竞争优势是什么?

A: 公司实行优质客户多样化策略和产品专注慢跑和休闲运动的策略，目前在行业内积累了良好的口碑。客户定期对制造商进行考核，包括品质、交期、开发能力、成本控制、劳工及社会责任等方面，公司的各个工厂在这些例行考核中排名非常靠前，特别是

公司的交付准时率，评分非常高，成为客户非常信赖的合作伙伴。

Q：公司未来的产能规划如何？

A：考虑到客户订单的需求，未来几年公司仍会保持积极的产能扩张。除了工厂的产能可以通过员工人数和加班时间的控制保持一定的弹性外，未来 3-5 年，公司将在印尼及越南新建数个工厂。今年将有新工厂陆续投产，具体投产节奏将取决于订单情况和工厂建设进度。

Q：公司目前的产能利用率水平如何？

A：工厂产能有一定的弹性，可以通过合理调节员工的加班时间、员工人数编制管控及员工招聘节奏管控等来调节产能。公司会根据订单情况合理安排产能的配置、控制成本费用。通常 Q1 是工厂的相对淡季，今年上半年也叠加了去库存的影响，所以 2023 年上半年产能利用率相对较低，也影响了毛利率。

Q：公司 2023 年上半年度平均单价提升明显的原因？

A：平均单价的变化与客户组合、产品组合的变化有关。公司服务的品牌，销售单价差距比较大，不同品牌占比的波动，会直接影响公司的平均单价的波动。同时，公司在某个品牌份额的提升，通常伴随产品线的拓展，也会导致平均单价的波动。

Q：公司在印尼工厂的情况如何？

A：印尼两期工厂预计产能合计 5000-6000 万双/年，印尼一期工厂预计今年将会开始投产。两期工厂的规模比较大，都会分期建设，逐步投产。具体的投产安排，跟订单情况、建设进度以及当地政府部门的审批进度有关。

Q：目前公司员工超过 15 万人，对于管理半径，公司如何理解？

A：在管理上，我们是总部+事业部（群）的模式，通常一个独立的客户对应一个事业部（群），事业部（群）下设开发业务中心和生产中心（量产工厂）。事业部（群）负责业务拓展、客户关系维护、产品开发和量产等，每个品牌订单和产量增加只是相应的增加事业部（群）的工厂的数量和规模；新增的品牌，在品牌的订单数量达到一定量级，会单独设立事业部（群）。总部部门主要包括采购部门、财务部门、人资部门等。目前的管理模式，应该可以容纳比较高的产能增加，不论是品牌的增加还是订单的增加。当然随着印尼工厂的逐步投产，公司也在不断优化管理模式和运营流程。