

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：20231031

投资者关系活动类别	<input 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"/> 一对一沟通 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>电话会议</u>
参与单位名称及人员姓名	中信证券、国泰君安证券、浙商证券、东亚前海证券、东方证券、海通证券、开源证券、财通证券、野村东方国际证券、太平洋证券、安信证券、长江证券、华福证券、华西证券、中银国际证券、东吴证券、中泰证券、中信建投证券、金股证券、民生证券、方正证券、信达证券、天风证券、华金证券、中邮证券、华创证券、国元证券、兴业证券、申银万国证券、国盛证券、国海证券、国金证券、山西证券、招商证券、光大证券、国信证券、诚通证券、东北证券、西部证券、上海证券、英大证券、杭州长谋投资、上海天猷投资、德懿禾资管、中航信托、广州睿融、中国人寿养老保险、建信基金、银河基金、兰馨亚洲投资、中金基金、光大保德信基金、西部利得基金、北京宏道投资、Point72、湖南君汇、国信弘盛创投、南方基金、北京源峰、泰信基金、上海荟金、上海同犇投资、Dymon Asia Capital、兴华基金、博时基金、广东佳润、磐厚动量资管、浙江旌安投资、中国国际金融、保银资管、阳光资管、四海圆通投资、鸿运基金、上海牛乎资管、先锋基金、泰康基金、上海兆天投资、深圳民森投资、承珞投资、Alpines Capital、招商基金、深圳铸信诚、北京源乐晟资管、上海人寿保险、上海顶天投资、Mighty Divine、青岛鸿竹资管、杭州汇升投资、红土创新基金等

	共 111 人
时间	2023 年 10 月 31 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员	公司董事、副总裁兼董秘 徐俊雄
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">一、问答环节</p> <p>1、公司 Q3 开店环比增速明显，全年开店目标是否有调整？</p> <p>答：公司第三季度整体开店情况略高于预期，截至三季度末，潮宏基珠宝净增加盟店 203 家。今年全年净开店目标维持在 200-250 家不变。未来两年的拓店规划仍按每年净增 300 家的速度推进，争取在 2025 年总门店达到 2000 家规模的目标。</p> <p>2、终端对金价波动的反应如何？</p> <p>答：就今年以来终端表现来看，金价波动对终端市场影响不明显，公司整体销售增长保持较好的水平。</p> <p>3、公司新品上线的节奏如何？</p> <p>答：全年的新品上线计划根据节日和季节不同会有相应安排。我们每个月都有一些新品的推出，在重要节日，也有专门的应季产品系列推出。今年总体在品牌印记类产品、IP 类产品上推动力度较大。比如我们年内推出的“花丝风雨桥”“花丝云起”“花丝圆满”“花丝浪潮”等非遗花丝系列珠宝广受好评，逐渐成为潮宏基的旗帜性产品；包括我们去年新签的三丽鸥旗下三个 IP “大耳狗”“酷洛米”“美乐蒂”系列产品，</p>

也深得消费者喜爱。另外，黄金镶钻产品市场反响也不错，也是公司作为重要品牌印记类产品在推出。

4、公司三季度收入端的增长更多来自于量增，可能跟我们目标消费群体都是年轻客群为主有一定的关系。未来的增长主要来自于哪些方面？

答：今年以来黄金珠宝行业终端销售景气度较高，如何抓住新环境下的消费需求释放，是公司业务突破的关键。公司发展沿用双轮驱动策略，一手扩规模，加快市场开拓及渠道下沉，携手加盟商合作共赢，力争完成全年拓展目标；一手提质量，紧抓年轻时尚客群，积极利用研发资源和供应链优势，精耕品牌印记系列，以黄金为抓手迎合市场热点，进一步提升产品力；在品牌传播方面，强化潮宏基在时尚东方的品牌调性，提升店面形象，给消费者更好的品牌感知，通过各种投放提升品牌影响力；借助数字零售应用，赋能终端，提升单店业绩，推动公司业务持续快速发展。

5、目前女包海外市场发展情况如何？全年以及未来的规划是怎样？

答：FION（菲安妮）在香港和新加坡市场整体表现不错的，认可度比较高，近年销售提升较快，今年新加坡销售达到历史新高峰，年轻化改造效果比较明显。未来FION会在东南亚海外市场积极寻找机会并投入一些资源，进一步拓展海外市场。

近两年品牌策略是一直在提升品牌调性，为未来有更好的发展打基础，无论产品研发方面还是管理运营上，进一步精细化。前期投入也逐步显现效果，客单价、终端形象包括产品整

	<p>体陈列和门店形象等，都有比较好的提升，对于 FION 品牌，我们信心是比较足的，未来应该能够抓住市场机会。</p> <p>交流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	2023 年 10 月 31 日