

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：2024-024

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（券商策略会）
参与单位名称及人员姓名	详见附件一
时间	2024年9月3日、2024年9月4日
地点	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	<p><b>投资者与公司的交流情况：</b></p> <p><b>Q：公司对未来2年订单的展望如何？</b></p> <p>A：公司每年年底才会做次年比较详细的预算。公司客户相对多元，不同客户的营收增速有较大差异。对于营收增速较高的客户，公司来自该客户的订单也是快速成长；有的客户虽然暂时营收增速一般甚至下滑，公司在这些客户的供应链中具备较强的竞争力，订单份额得以保障；此外，公司持续拓展新客户，新增的客户以及新客户合作的深入，都是公司业绩稳健成长的重要保障。因此我们对未来两年的业绩充满信心。</p> <p><b>Q：目前公司订单的能见度情况？</b></p> <p>A：客户跟公司季前会沟通预告订单，每个月有固定的下单日下达正式订单，通常一个月下单1次或2次。同时，公司与品牌方会召开产能规划会议，对中长期的产能需求进行讨论、规划，以便公司提前做好产能准备。由于国际政治、经济形势复杂，以及消费者偏好的变化，品牌会定期跟公司更新预告订单。公司也有专门的机制跟进客户预告订单的变动，做好产能弹性的安排。</p> <p><b>Q：不同品牌之间的毛利率差异如何？</b></p> <p>A：公司目前合作的品牌的定价模式差不多，都是成本加成的定价模式（在所有原材料成本、人工、管销费用基础上，加上净利率），不同品牌的净利率加成会有差异，但差异不大。但是在实际运营中，不同型体不同订单的生产效率存在差异，因此不同品牌最后呈现的净利率会有差异，即使同一品牌下，不同产品订单的毛利率、净利率也会有差</p>

异。每个工厂、每个品牌实际的毛利率、净利率跟订单规模、营运效率有很大的关系。

**Q: 新工厂的投产对公司毛利率的影响如何?**

A: 通常情况下, 新工厂会逐步投产, 新工厂投产后差不多需要一年半到两年的时间实现产能爬坡。新工厂工人熟练度、各部门配合度要在工厂运营几年后才能达到比较好的状态。新工厂在投产期对毛利率有不利影响的同时, 老工厂会有不断改善的空间, 不考虑其他因素, 公司整体毛利率变动比较小。

**Q: 从成本角度看, 建设印尼工厂和建设越南工厂是否存在差异? 印尼工厂的利润率水平相较于越南的情况如何?**

A: 公司在印尼的工厂今年上半年刚开始投产, 目前爬坡进度基本符合预设, 公司有专门的机制追踪新工厂的投产情况, 及时发现问题、解决问题。公司向客户提供的报价往往基于属地化原则(会根据当地的成本效率报价), 利润率预计和越南工厂不会有特别大的差异。

**Q: 在印尼建厂是基于客户的要求吗? 除了越南、印尼外, 公司对其他区域的产能规划如何?**

A: 目前公司的量产工厂主要在越南, 公司也是很多品牌的主要供应商。公司和客户都有分散制造基地的考量。制鞋业是劳动密集型产业, 产品主要销售到欧美等海外地区, 工厂选址会综合考虑劳动力资源丰富、海运及物流便利、当地营商环境、国际贸易环境等多方面因素。综合多种因素, 公司计划在印尼建设较大规模的产能基地, 建设方案也会事先跟客户沟通。未来 3-5 年, 公司主要还是在印尼及越南新建数个工厂。

**Q: 未来公司平均单价如何展望?**

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。未来平均单价的情况, 要根据各品牌具体的营收变动情况来判断。

**Q: 未来两年公司资本开支如何?**

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, 公司将在印尼及越南新建数个工厂。过去三年公司资本开支每年大约在 11-17 亿人民币, 预计未来几年基本保持持平。

**Q：对于管理半径公司如何理解？未来是否可能出现做到某个量级后，管理效率出现问题的情况？**

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。公司目前的管理模式，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。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。

**Q：未来公司的分红比例是否会进一步提高？**

A：公司重视股东投资回报，2021年度进行了两次分红（2021年中期及2021年年度），现金分红合计占全年净利润比例约89%；2022年年度现金分红占净利润比例达43%；2023年年度现金分红占净利润比例约44%。公司利润分配政策，会兼顾股东利益和公司发展的需要，未来几年还是资金开支的高峰期，但是随着公司规模扩大，预计资本开支占净利润的比例会逐渐减少，在满足资本开支、合理日常运营资金外，公司会尽可能多分红。

**Q：大股东近期有减持意向吗？**

A：大股东对公司未来的发展和长期投资价值充满信心，目前没有减持意向。根据监管规则，如果公司大股东减持股份，也是会提前披露减持计划的。

附件一：

申万宏源-王立平、李璇、陈梅珊、卢华刚、虞继华、刘佩，南方基金-黎思思，信达澳亚基金-张剑滔，创金合信基金-王慧怡、刘洋，安联基金-赵耀，国泰君安资管-冯自力，广发资管-刘文靓，华西证券自营-江婧，第一创业证券自营-郭军，翎展基金-闵磊，北京禧悦私募-张源，思晔投资-郭效瑞、钟广能，华强鼎信投资-陶姿岑，黄跃华，宏源期货-徐成琳，东方阿尔法基金-钱文静，国联基金-陈方园，浩成资管-周恬恬，前海联合-魏甜，金鹰基金-许中雅，易方达基金-柳俊祥，华夏基金-方艺璇，华泰证券-曾令仪，AEZ Capital-Lily，招银理财-靳雨欣，恒生前海基金-邢程，盘京投资-孟晓，交银国际资管-Nathan Wang，华泰证券自营-陶纯慧，涌容资产-盘世雄，昆仑信托-高思维