

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：20241031

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	广发证券、太平洋证券、中国国际金融、中信证券、摩根大通证券、汇百川基金、长江证券、海通证券、国信证券、上海彤源投资、上海君和立成投资、兴业证券、国金证券、开源证券、方正证券、上汽顾臻(上海)资管、中泰证券、国泰君安证券、天风证券、南京璟恒投资、华创证券、华泰证券、东吴证券、民生证券、耕霖(上海)投资、浙商证券、中信建投证券、弘章大消费投资基金、国盛证券、银河基金、德邦证券、玄卜投资、国元证券、华西证券、云富投资、上海朴易资管、申银万国证券、鲁信国际金融、深圳慧利资管、杭州沁源投资、宁波三登投资、山西证券、国海证券、东方证券、粤佛私募基金、信达证券、海南羊角私募基金、天弘基金、华泰证券、招商基金、上海天猊投资、华曦资本、上海贵源投资、财通证券、野村东方国际证券、平安证券 等共 67 人
时间	2024 年 10 月 31 日
地点	公司会议室

上市公司接待人员	<p>公司董事、副总裁兼董事会秘书 徐俊雄</p> <p>公司证券事务代表 林育昊</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司介绍 2024 年三季报经营情况</p> <p>2024 年前三季度公司实现营业收入 48.59 亿，同比增长 8.01%；归母净利润 3.16 亿，同比增长 0.95%，经营性净现金流 4.45 亿；单三季度公司实现营业收入 14.28 亿，同比下降 4.36%，归母净利润 8643 万，同比下降 17.21%。</p> <p>在三季度整体消费环境不乐观，2024 年 7-9 月金银珠宝社零数据分别同比下降 10.4%、12.0% 和 7.8% 的情况下，公司 2024Q3 营收好于行业水平，核心归因于公司以时尚珠宝打造差异化特色，一口价黄金产品契合消费趋势，Q3 加盟渠道继续逆势扩张叠加品牌力提升，经营效益取得相对较好表现。</p> <p>(1) 渠道扩张：公司持续发力加盟模式开拓市场，截至 9 月底“CHJ 潮宏基”珠宝总店数为 1,482 家，其中加盟店 1,236 家，较年初净增 126 家。在此环境下，公司门店仍能够保持较好的净增加，加盟商对于品牌与产品的认可以及开店的稳健回报是最重要原因。</p> <p>(2) 产品迭代：公司继续精耕品牌印记系列，与国际著名艺术家/设计师联名设计的“花丝·如意”“花丝·圆满”系列，以及“臻金·梵华”“臻·藏”等系列新品均广受好评；加大优势黄金品类产品线研发，优化 IP 系列产品布局，提高产品的附加值和竞争力。</p> <p>(3) 品牌出海：今年 8 月，潮宏基在马来西亚吉隆坡 IOI Citymall 开设品牌首家海外门店，将品牌特色东方时尚珠宝呈</p>

现给海外消费者，稳步推进品牌在全球的战略布局，进一步提升品牌在国际的曝光度及行业影响力。

此外，第三季度公司从品牌力、设计力、营销力多方面获得奖项认证。公司管理层在未来战略上的重点仍是持续在审美上发力，为消费者提供更能打动人心的产品，同时继续加强渠道的均衡布局，并从品牌内容、品牌曝光度、用户拉新等多个层面实现品牌力的提升。

二、问答环节

1、线上销售消费者行为有哪些变化？

答：随着消费者线上购物习惯的养成，他们对线上购物的便捷性有了更高的接受度，线上购物为一部份消费者购物提供了便利。对于品牌长期发展而言，实现线上线下一盘棋打通至关重要，通过线上平台触达消费者提升购买转化率，同时在线下销售活动中的营销手段也能进一步加深消费者对品牌和产品的认知。我们也正在密切关注线上消费行为的变化，并对线上业务进行评估。

2、海外首家门店在吉隆坡的销售情况如何？当地消费人群对国内产品的接受和喜爱程度如何？公司未来的长期出海计划是什么？

答：潮宏基今年 8 月在马来西亚吉隆坡 IOI Citymall 新开的第一家海外门店销售表现理想，开业首月即取得商场靠前位置的销售成绩。目前来看，客户群体以海外华人为主。公司串珠类产品和古法金系列等得到当地客户的认可，整体销售表现不错。随着全球化进程的加速与品牌影响力的不断提升，公司将继续关注海外业务发展，寻找海外发展机会。

	<p>3、在开店方面，公司三季度的表现如何？对于未来有何展望？</p> <p>答：即使在行业内部份友商出现渠道调整的情况下，潮宏基珠宝第三季度仍保持净增门店 43 家，主要源于加盟商和潜在加盟商对潮宏基产品力和品牌力、以及公司与加盟商共赢同进的服务意识的认可。因此，我们认为在未来仍有较大的开店机会和空间。</p> <p>各方还就新品规划、珠宝毛利变化、产品结构变化、女包业务、培育钻业务等内容进行了交流，可参阅公司已披露公告和前次活动记录表之问答。</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	2024 年 10 月 31 日