

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：2025-002

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	资本集团-耿丽、关颖娴，东亚前海证券-刘略天，至远资本-梁威，华兴证券（香港）-王云吟，惠理基金-李博艺，中金公司-陈婕，李星韻
时间	2025年1月20日
地点	中山
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>参加公司组织的调研活动（线下）的来访人员按深交所规定签署了《承诺书》。</p> <p>投资者与公司的交流情况：</p> <p>Q：公司对 2025 年订单的展望如何？</p> <p>A：公司客户相对多元，大多数客户都是上市公司。从各客户披露的业绩指引来看，多数客户业绩保持成长。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 2025 年的业绩充满信心。</p> <p>Q：公司净利率较同行更高的原因是什么？</p> <p>A：2021 年以来，公司净利率基本在 15%-16%左右。公司净利率基本保持平稳，体现了公司在行业波动、营收变动情况下对成本、费用的管控比较有效。公司未来将持续推进客户结构的优化和运营效率的提高，希望未来公司毛利率能保持稳定或提升，期间费用也能管控到位，保证净利率在合理水平。</p> <p>Q：不同品牌之间的利润率差异如何？</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、营销费用基础上，加上净利率），从定价模式上看，不同单价的订单的毛利率、净利率差异不大。但是在实际运营中，不同型体的订单规模有差异，生产工艺也有差异，每个工厂、车间的生产效率也存在差异，因此不同品牌最后呈现的毛利率、净利</p>

率会有差异。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: 如果美国加征关税, 对公司的影响如何?

A: 目前, 公司的量产工厂主要在越南, 未来印尼的产能也会逐步增加, 公司产品销售是按照客户的指令从越南、印尼出口到全球市场, 包括美国、加拿大、欧洲、南美、澳洲、日本、中国等。在运动鞋制造行业中, 运动鞋进口关税由客户承担, 进口关税的税率根据进口国与越南/印尼之间的贸易政策确定。关税政策的变化, 会影响客户决策供应链产能区域的分布, 制造商会根据客户的要求调整产能的布局。

Q: 公司未来几年资本开支水平的展望如何?

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, 同时在自动化改造方面的进展速度也会加快。2021年-2023年公司资本开支每年大约在11-17亿人民币, 预计未来几年可能保持在区间平均或偏高水平。

Q: 公司未来几年的产能规划如何? 公司产能增长的动力是什么?

A: 公司目前是行业内比较优质的制造商, 行业口碑很好, 吸引客户跟公司合作。公司一直都在积极拓展新客户, 2024年公司也有新的客户开始量产出货。考虑到市场需求, 未来几年公司仍会保持积极的产能扩张。2024年公司已经有3个成品鞋工厂和1个鞋材工厂投产, 未来3-5年, 公司将在印尼及越南新建数个工厂并尽快投产。公司的产能除了通过新建工厂、设备更新提升产能外, 还可以通过员工人数和加班时间的控制保持一定的弹性, 每年具体的产能的配置将根据当年订单情况进行调整。

Q: 除了越南、印尼外, 未来公司在其他区域的产能规划?

A: 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。客户也会基于供应链的长远考虑, 要求制造商在指定区域建设产能。公司会综合以上因素, 确定产能布局策略。目前公司主要生产基地位于越南, 印尼的成品鞋工厂已于2024年上半年开始投产。未来3-5年, 公司主要还是在印尼及越南新建数个工厂, 也会考虑在其他区域布局。

Q: 印尼工厂与越南工厂在人工成本、利润率方面的差异大吗?

A: 印尼是制鞋业大国, 很多运动鞋制造商在印尼开设了工厂。公司实控人之前在印尼也

开过制鞋工厂，公司也有在印尼工作过的工厂管理人员，所以印尼对公司不是陌生的环境。目前印尼的新工厂还在投产初期，新工厂均还没有实现盈利。印尼工厂的管理团队是公司经验丰富的团队，目前的投产进度、前期运营情况符合公司的预估。在用工成本方面，综合考虑工作时长和工资水平，印尼工厂和越南工厂用工成本预计不会有特别大的差别；在利润率方面，根据报价规则，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），预计印尼工厂运转成熟后和越南工厂不会有特别大的差异。

Q：公司的竞争优势是什么？

A：公司实行多客户模式，客户和产品风格比较多元，使得公司能够掌握市场动态，满足客户多元化需求，同时，公司拥有业界最为全面的制鞋工艺技术和流程，开发能力和量产能力有明显优势。在品质、交期、技术能力、成本控制、劳工及社会责任等客户对供应商的例行评价上，公司的表现都很好，在行业口碑也很好，吸引新客户主动找公司合作。最近几年，公司销售收入保持快速增长（相较于同行业），因此公司市场份额也在不断提升，即使在 2023 年去库存的逆境下，公司也保持了收入的相对稳定。

Q：未来的分红规划是什么？

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。