



MapiForm

ENWEIS

Langerie

SUNFLORA
C-H CLUB

J.BASCHI

COYEEE

SECRET WEAPON

MWI

股票代码：002763

股票简称：汇洁股份

编号：2025-001

深圳汇洁集团股份有限公司

2024 年度网上业绩说明会投资者活动记录表

投资者关系 活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 媒体采访 ☐ 新闻发布会 ☐ 现场参观 ☐ 其他：（请文字说明其他活动内容） ☐ 分析师会议 ☒ 业绩说明会 ☐ 路演活动 ☐ 电话会议
参与单位名称 及人员姓名	汇洁股份2024年度网上业绩说明会采用网络远程方式进行，面向全体投资者
时间	2025年4月11日15:00-17:00
地点	东方财富路演中心 http://roadshow.eastmoney.com/luyan/4653021
公司接待 人员姓名	董事长、总经理：吕兴平 董事、董事会秘书：蔡晓丽 独立董事：李树永 财务总监：邓静莹
投资者关系 活动主要 内容介绍	问：销售费用 14 亿多，是不是太多了，吓人。 答：您好，销售费用主要是广告宣传及网络销售费用、直营终端费用、装修装饰费用、人力资源费用等。为顺应消费习惯变迁、渠道分化，2024 年公司优化全渠道建设，增强购物中心渠道的竞争力，扩展直播电商，新渠道费用投入相应增加。 问：吕董事长您好，我是一位小股民，持有汇洁股份 2 年了，

一直关注公司的发展，我想请问吕董，2024 年年报显示贵公司在抖音的营收 3 亿多，贵公司在抖音的曼妮芬和伊维斯的直播我一直在看，感觉两个直播间的人气都是很低，那么这么人气这么低的直播间 3 亿的营收是怎么做出来的，有没有虚增营收

答：您好，抖音渠道通过打造多店铺矩阵，内部 PK 竞争等方式快速起量，2024 年抖音渠道实现收入 32,434.92 万元，同比增长 84.89%，抖音店铺“曼妮芬内衣旗舰店”收入破亿，2024 年财务报表业经会计师事务所审计并出具标准无保留意见的审计报告。抖音核心店铺主销售时间点在每日早上 6:00-10:00 之间，核心销售周期在节假日。曼妮芬收录 2025 抖音服饰「春上新」商家案例，根据平台公开发布的信息，抖音「春上新」活动首日，曼妮芬开播 1 小时即登上抖音内衣&抖音旗舰双榜 TOP1，并创下单日销售破峰 400W+的佳绩。欢迎广大投资者购买体验汇洁的产品。

问：为何贵公司股价 10 年始终下行！贵公司应该向二级市场中股东解释下，并出有力举动使股价不再下行

答：您好，公司专注主业发展，不断提升盈利能力和核心竞争力，努力以更好的经营业绩回报投资者。自上市以来，公司一直践行持续、稳定的现金分红政策，为股东长期、合理回报负责，引导投资者对公司长期价值投资。

问：公司本期盈利水平如何？

答：您好，2025 年一季报预约 2025 年 4 月 30 日披露，一季度盈利情况系尚未披露的内幕信息，不属于本次业绩说明会可以交流的范围，请您理解，感谢您对公司的关注。

问：上市十年，股价一路阴跌，复权后现价也比发行价多

一点点，分红还被扣了税，这就是你们回报股东的方式吗？

答：您好，公司专注主业发展，不断提升盈利能力和核心竞争力，努力以更好的经营业绩回报投资者。自上市以来，公司一直践行持续、稳定的现金分红政策，为股东长期、合理回报负责，引导投资者对公司长期价值投资。

问：下午好，吕董。请问公司成立投资公司，设立投资部。是已经有具体的投资项目吗，还是在等待合适的机会。

答：您好，如有合适投资项目，公司将依据相关规定履行审议程序和信息披露义务。

问：股东不停减持公司股份，公司利润也连连下滑，公司目前市值难道要跌破 20 亿才好嘛？请问市值管理这一块如何做的，有回购增持计划没有？

答：您好，如有回购增持计划，公司将依据相关规定履行审议程序和信息披露义务。

问：你们行业本期整体业绩怎么样？你们跟其他公司比如何？

答：您好，2024 年公司实现营业总收入 295,403.21 万元，归属于上市公司股东的净利润 7,904.95 万元。2024 年，国内经济增速、消费增速放缓，消费信心和需求全面恢复仍面临挑战。公司围绕用户需求创新迭代产品，强化品牌用户心智，提升品牌价值；顺应消费习惯变迁、渠道分化，优化全渠道建设，增强购物中心渠道的竞争力，扩展直播电商、海外市场，购物中心、抖音等新渠道收入同比增长。但由于新渠道费用投入较高、库存商品计提存货跌价准备增加等因素导致公司整体利润下降。

问：行业以后的发展前景怎样？

答：中国内衣行业历经政策红利、人口红利、渠道红利后，逐渐进入高质量发展新阶段。行业长期向好的基本趋势不变，我国人口众多，内衣适龄消费群体十分庞大；女士内衣用户需求呈现多元化特点，细分趋势更明显，背心式内衣、大杯内衣、运动内衣等深受女性消费群体的喜欢；消费者对内衣的需求从款式、面料、工艺质量等基本功能需求逐渐上升到对归属和情感价值的高层次需求，重视内衣的人文关怀和品牌价值，注重消费体验。另一方面，中国内衣品牌众多，市场需求、营销方式、销售业态的多样性决定了多品牌长期共存的现象。在新的竞争发展格局下，依靠创新驱动的增长将逐步代替人口红利驱动的增长。不同年龄段以及生活方式的消费者需求、不同场景内衣需求、男士内衣需求，对公司既是机遇，也是挑战。洞悉用户需求，在不同细分市场扩大市场份额，是公司未来利润增长的重要因素。公司未来坚持以内衣行业为主要经营方向，深耕国内，发展海外市场，满足用户细分需求驱动增长，为用户提供舒适、自信、美丽的高品质产品，继续实施多元化品牌战略，提升品牌影响力、产品价值，扩大生产、经营规模，从总体上提高公司的核心竞争力。

问：公司财报没有披露原材料采购来源等信息，请问有进口材料没有？占比多少？

答：您好，公司的生产分为自制生产、委托加工和成品采购三种模式，自制生产原材料由江西工厂按需采购，委托加工主要由外协工厂包料生产。2024 年公司进口原材料采购总额占年度采购总额（含委托加工、成品采购）不足 1%。

问：董秘薪酬增加的依据是什么？应收款增加了 228%，收的

回来吗？海外公司年年亏，是否资金转移海外问题？

答：您好，董事、高管报酬根据 2018 年度股东大会审议通过的《董事、监事及高级管理人员薪酬管理制度》执行。截至 2024 年 12 月 31 日，公司合并资产负债表应收账款期末余额为 188,792,762.70 元，年初余额 214,646,107.26 元，下降约 12%。经会计师审计，公司 2024 年度不存在非经营性资金占用及其他关联资金往来，具体请查阅公司 2025 年 4 月 1 日披露的致同会计师事务所《关于深圳汇洁集团股份有限公司非经营性资金占用及其他关联资金往来的专项说明》。

问：董事长：是否认同公司当下的估值？公司为什么没有回购计划？

答：您好，2024 年由于新渠道费用投入较高、库存商品计提存货跌价准备增加等因素导致公司整体利润下降。公司将不断提升盈利能力和核心竞争力，努力以更好的经营业绩回报投资者。如有回购计划，公司将依据相关规定履行审议程序和信息披露义务。

问：公司之后的盈利有什么增长点？

答：不同年龄段以及生活方式的消费者需求、不同场景内衣需求、男士内衣需求，对公司既是机遇，也是挑战。洞悉用户需求，在不同细分市场扩大市场份额，是公司未来利润增长的重要因素。公司未来坚持以内衣行业为主要经营方向，深耕国内，发展海外市场，满足用户细分需求驱动增长，为用户提供舒适、自信、美丽的高品质产品，继续实施多元化品牌战略，提升品牌影响力、产品价值，扩大生产、经营规模，从总体上提高公司的核心竞争力。

问：贵公司股价自上市以来，下跌了十年，请问公司管理层

	有何作为？ 答：您好，公司专注主业发展，不断提升盈利能力和核心竞争力，努力以更好的经营业绩回报投资者。自上市以来，公司一直践行持续、稳定的现金分红政策，为股东长期、合理回报负责，引导投资者对公司长期价值投资。 问：下午好，吕董。逆水行舟，不进则退。请问公司面对未来有何具体规划确实做到提升公司利润。 答：2025 年，公司继续坚持以内衣行业为主要经营方向，深耕国内，发展海外市场，满足用户细分需求驱动增长，为用户提供舒适、自信、美丽的高品质产品，继续实施多元化品牌战略，提升品牌影响力、产品价值，扩大生产、经营规模，从总体上提高公司的核心竞争力。具体包括：强化品牌风格及品牌用户心智，品牌的定位更加准确，品牌的内涵更加丰富，品牌差异化更加明显；围绕用户需求，不断提高产品创新能力以及货品周转效率，持续扩大用户数量，提升会员服务及品牌忠诚度；通过精细化运营深挖存量店以及电商渠道增长潜力，顺应新零售、社交电商、直播电商等消费新模式新业态发展，提升用户体验；继续开拓购物中心、奥特莱斯等新渠道以及三、四线城市经销市场，缩短新店培育期等。 问：公司业绩长期下滑，对此有何措施扭转局面 答：您好，公司将强化品牌风格及品牌用户心智，品牌的定位更加准确，品牌的内涵更加丰富，品牌差异化更加明显；围绕用户需求，不断提高产品创新能力以及货品周转效率，持续扩大用户数量，提升会员服务及品牌忠诚度；通过精细化运营深挖存量店以及电商渠道增长潜力，顺应新零售、社交电商、直播电商等消费新模式新业态发展，提升用户体验；继续开拓购物中心、奥特莱斯等新渠道以及三、四线城市经
--	--

	销市场，缩短新店培育期等。感谢您对公司的关注。 问：董秘蔡晓丽薪酬 216 万元涨薪 22 万元，在公司业绩大幅度下滑的情况下，董秘拿 200 多万薪酬的依据有哪些？ 答：您好，董事、高管报酬根据 2018 年度股东大会审议通过的《董事、监事及高级管理人员薪酬管理制度》执行。 问：请问公司主要是曼妮芬等三个品牌在销售，公司为什么还要发这么大代价发展这么多品牌，发了这么多资源没见到什么效果，请问公司是否有缩减的打算 答：您好，女士内衣用户需求呈现多元化特点，细分趋势明显，多品牌是国内外大型内衣企业普遍采取的策略。公司将结合市场需求、各品牌发展情况增减投入。
附件清单	无
日期	2025 年 4 月 11 日