

证券代码：300577

证券简称：开润股份

安徽开润股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-003

投资者关系 活动类别	☐特定对象调研 ☒分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他
参与单位名 称及人员	广发证券：糜韩杰、林华山；嘉实基金：刘晔；中英人寿：汪凯成；长江自营：高辰星；维科产技：陆世昌；华夏久盈：桑永亮；新干世业：黄剑宁；国信证券：闵晓平；重湖基金：姜华；广发基金：陈哲；诺德基金：顾钰；嘉实基金：贺宜萍；泰信基金：王冰倩；仁桥资产：谢雨阳；杉树资产：谢雁来；信泰人寿：齐津；网商银行：张戢；博时基金：陈伟；富国基金：方竹静
时间	2025 年 5 月 21 日
地点	杭州
上市公司接 待人员	IR 总监庄慧慧
投资者关系 活动主要内 容介绍	主要问题及回答 1、公司所处箱包和服装行业情况怎么样？ 答：公司目前主要产品为箱包和服装，属于纺织行业。根据国家统计局信息，2024 年社会消费品零售总额 483,345 亿元，比上年增长 3.5%。根据欧睿数据，预计 2025 年全球箱包市场规模将达到 1,702 亿美元，同比增长 6.1%；中国箱包市场规模将达到 2,327 亿元人民币，同比增长 5.9%；预计 2025 年全球服装市场规模将达到 15,099 亿美元，同比增长 4.1%，2025 年全球运动鞋服市场规模将达到 4,316 亿美元，同比增长 5.9%。近年来，随着宏观经济趋缓、劳动力成本增加、全球地缘政治及贸易格局等因素影响，头部纺织制造企业一方面持续深化自动化、智能化制造，不断提升设计研发能力、精益生产水平，在科技、创新领域巩固加强竞争优势、引领行业发展，另一方面，顺应产业链迁移趋势，持

	续推进供应链出海，将纺织制造产能向印尼、越南等劳动力资源禀赋充沛、目前仍具劳动力成本优势的东南亚国家转移，在获取价格优势、提升企业自身综合竞争力的同时，也将国内的制造理念、管理思想向东南亚工厂输出和赋能，对全球纺织制造行业的发展贡献了重要力量。其中，印尼身为世界第四大人口国，不仅在劳动力资源方面极具优势，在终端消费市场同样具备极大潜力，全球头部纺织服装品牌正加紧推动在印尼当地的销售布局和供应链布局，促使印尼当下成为纺织行业消费与制造的热土。相比于成熟的发达国家市场，我国箱包行业市场依然分散，行业集中度有望持续提升。依托于国内庞大且完整的纺织业产业链和纺织企业多年发展积累的经验，中国企业在纺织制造全球化发展的过程中，凭借产业链优势、成本控制、技术创新、市场适应性、产能出海布局等多方面能力，不断提升自身的国际竞争力。在国力和民族自信心日益提升、产业链日趋成熟的背景下，国产制造和自主品牌都将迎来重要的时代机遇。 2、公司 2024 年及 2025 年一季度整体业绩情况如何？ 答：2024 年度，公司实现营业收入 42.40 亿元，同比增长 36.56%；归母净利润 3.81 亿元，同比增长 229.52%；扣非归母净利润 2.91 亿元，同比增长 109.67%，全部创公司历史新高。 2025 年第一季度，公司保持了良好的增长趋势，实现营业收入 12.34 亿元，同比增长 35.57%；归母净利润 0.85 亿元，同比增长 20.12%；扣非归母净利润 0.83 亿元，同比增长 6.64%。 3、公司业绩实现高速增长的原因是什么？ 答：在代工制造端，公司近年来在全球各地的生产基地中持之以恒地推进精益管理、数字化信息化以及 ESG 建设。在印尼、中国、印度等地打造的全球化产能布局，公司充分发挥全球化布局优势和先进制造能力，一方面巩固箱包品类的市场竞争力，另一方面积极拓展服装品类代工业务，加速提升新老客户市场份额，同时优化生产经营效率，推动代工制造业务实现较大突破，为公司收入和利润水平再创新高提供了有力支撑。在品牌经营端，公司通过积极改革优化各渠道品牌策略及产品矩
--	--

	阵，实现收入增长。 4、公司未来的发展战略是什么？ 答：公司代工制造业务将继续围绕优质客户战略，加速对关键客户的拓展，抢占新老客户市场份额，加强对针织面料及服装新品类的探索布局，不断为代工制造业务带来新的订单增量。依托全球生产体系和能力的建设，持续打造高标准的订单交付能力和交付品质，加速数字化转型，提升精益管理和先进制造能力，通过系统性运作提高代工制造业务整体净利润率水平。公司代工制造业务在经营管理能力方面力争不断稳步提升，在制度、规则、流程、体系、数字化等方面全面升级，提升仓储管理和库存管理水平，提升供应端生产效率及整体运营管理效率，深化海外本地化干部制度执行落地，打造行业经营管理能力标杆。 公司品牌经营业务将紧跟市场趋势，基于科学敏锐的消费者洞察，持续推出占领用户心智、解决用户痛点、提升品牌美誉度的好产品，聚焦拉杆箱和包袋类目，切入细分场景，强化研发设计，深化渠道布局，提升品牌推广，在外观、功能性、新材料等方面不断突破创新，引领行业新标准和新风尚。公司将强化柔性供应经营管控机制，深化全球供应链布局，完善用户运营体系，积极探索多样化销售渠道，基于全球各区域市场行业特征及消费偏好，通过线上线下渠道多措并举，快速抢占各地消费市场，逐步打造成为全球性的箱包品牌，实现品牌经营业务市场竞争优势的全面提升。
附件清单 (如有)	无
日期	2025 年 5 月 22 日