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：20261030

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　□ 一对一沟通 ☑其他　电话会议
参与单位名称及人员姓名	浙商证券、广发证券、开源证券、国联民生、国信证券、国泰海通、华创证券、招商证券、华泰证券、兴业证券、申万证券、长江证券、中邮证券、中泰证券、天风证券、中信建投、方正证券、国金证券、中金公司、华西证券、长城证券、东吴证券、东方证券、平安证券、光大证券、东方财富、国盛证券、犇牛投资、思晔投资、汇添富基金、南方基金、国金基金、富国基金、申万菱信基金、前海开源基金、国联基金、民生加银基金、安信基金、招银理财、嘉实基金、银河基金、华宝基金、云富投资、荷宝投资、大家资管、海南希瓦、上海时禧、中金资管、工银安盛资管、上海宽潭、上海名禹资管、中信证券资管、阳光资管、景林资管等共 76 人
时间	2026 年 10 月 30 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员	董事、副总裁 徐俊雄 董事会秘书 林育昊 财务总监 陈述峰 投关总监 吕雪琪

投资者关系活动主要内容介绍	**一、介绍第三季度公司基本经营概况：** 今年以来，面对黄金价格高位剧烈波动等因素的挑战，公司坚持“以时尚设计诠释东方美学，创造更适合佩戴的当代东方珠宝”的核心品牌主张，持续夯实产品、品牌、渠道与终端运营能力，推动经营质量稳步提升。前三季度，公司实现营业收入59.42亿元，同比略降4.73%；毛利额16.54 亿元，同比增长14.50%；归母净利润5.36亿元，同比增长69.09%（若剔除同期商誉减值的影响，归母净利润同比增长9.79%）。今年以来公司持续优化供应链与库存，加强现金流管理，前三季度实现经营活动净现金流16.65亿元，同比增长176.66%。 渠道方面，公司坚持“开好店、开大店、不滥开”的渠道策略，渠道扩张转向“质重于量”。截至9月末，潮宏基珠宝门店总数达1,692家（自营店166家，加盟店1,526家），同比去年增加93家，较年初增加24家。本季度潮宏基珠宝全球首家壹号店落地上海豫园，并在成都万象城、广州白鹅潭万象城、佛山万象天地等核心商圈开设非遗工艺馆，渠道质量持续提升。 品牌与产品方面，今年以来品牌声量不断得到放大。第三季度持续深化“一城一非遗”文化联动，携手潮州木雕、苏州玉雕进行非遗跨界融合，有效提升品牌美誉度与终端销售转化。8月，明星王天辰亮相西南首家非遗工艺馆，助力区域渠道拓展；9月，潮宏基全球代言人朱珠亮相上海豫园全球首家壹号店开业活动，有效提升关注度和品牌传播声量。此外，子品牌Soufflé打造首场明星落地活动，代言人余承恩现身重庆万象城店，单店当日销售额全国第一，相关话题登上微博热搜 ，实现从流量曝光到人群资产的高效转化。产品端，继续强化非遗花丝、时尚串珠、IP联名及古法金镶嵌四大核心产品矩阵，焕新升级「非遗花丝·如意系列2.0」及推出「夔龙」系列，市场反响良好。 展望后续，公司将继续坚持品牌定位，稳步扩大销售网络和提升渠道质量，推进产品创新，夯实年轻客群基础，持续优化数字

	化运营和管理赋能能力，在充满不确定性的市场环境中收获稳健业绩和更高质量的发展，为股东创造更多回报。 **二、问答环节：** **1、今年前三季度潮宏基门店已净增24家，全年门店拓展规划如何？** 答：公司今年以来坚持“开好店、开大店、不滥开”的渠道策略，渠道扩张重心由数量转向质量，主要聚焦优质渠道拓展与核心客群培育。后续公司将结合市场环境变化，借助品牌势能提升，持续优化门店位置、面积和形象，推动单店质量与终端运营效率提升。 **2、公司高端渠道落位积极，目前有哪些店型？壹号店和非遗工艺馆的定位有哪些差异？** 答：潮宏基目前有三类店型。一是时尚店，侧重日常销售与便捷购买，全国已有1,600多家，主要满足消费者就近选购当季适合日常佩戴珠宝首饰的需求；二是非遗工艺馆，侧重高端渠道中的工艺呈现、产品体验与销售转化，目前全国共8家，主要布局在上海IFC、长沙IFS、成都万象城A馆等高端商业体，集中呈现花丝等非遗工艺与高工艺作品，强化消费者对品牌工艺价值的感知；三是壹号店，承担更完整的品牌文化表达功能，与城市文化建立连接，把品牌文化、产品设计理念、服务内容与城市关系纳入同一空间，让消费者更看懂潮宏基、理解潮宏基的东方美学与当代珠宝表达。上海豫园壹号店是潮宏基全球首家壹号店，未来公司将结合不同城市文化特色，稳步推进壹号店以及非遗工艺馆的布局。 **3、潮宏基在时尚东方设计与非遗工艺方面具备显著优势，产品兼具美学价值与佩戴体验，深受消费者喜爱。请问第三季度推出了哪些新品系列？** 答：第三季度，公司围绕“以时尚设计诠释东方美学，创造更适合佩戴的当代东方珠宝”的品牌定位推出多系列新品：一是再度携手杨丹凤焕新呈现“非遗花丝·如意系列2.0”，以当代设计转

	译传统如意纹样；二是从故宫博物院和潮宏基臻宝博物馆馆藏的古代夔龙造型中提炼设计语言，全新推出“夔龙”系列；三是推出新一代“臻金梵华•金刚杵”“臻金•貔貅”“臻金•瑞佑”等产品，并上线“一珠一愿”、苹果珠手链等高工艺精品黄金；四是持续优化线条小狗、黄油小熊等IP产品，结合明年羊年推出“羊羊得亿”等串珠系列。在海外专款研发上，第三季度推出“臻金•迦楼罗”系列，并升级“臻金•四面神”“臻金•象神2.0”等系列，持续提升东南亚市场的文化适配力与产品竞争力。 **4、公司以前分红政策是按照固定金额的，今年中报已经分红0.2元/股，25年报分红0.35元/股，我们怎么展望后续的分红政策？** 答：公司一直比较重视投资者回报，也希望通过持续分红和大家共享经营成果。2025年度和2026年半年度，公司已分别两次提升分红比例。后续分红安排将综合考量公司现金流状况、业务发展需求及未来资金安排，由董事会提出方案并提交股东会审议。公司会继续把经营做好，在能力范围内积极维持持续稳定增长的现金分红政策。 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。
附件清单	无
日期	2026 年 10 月 30 日