

证券代码：001209

证券简称：洪兴股份

## 广东洪兴实业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-001

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	申万宏源 求佳峰 中信证券 冯重光 黄旖瑶 罗尚 方李一凡 国投证券 梁丹丹 梅求军 联储证券 安丽芬 嘉强私募、永暨投资、三头牛基金、瑞民投资、金域投资
时间	2024年3月20日(周三) 下午 14:30~16:00
地点	广州市越秀区天河路45号粤能大厦4楼会议室
上市公司接待人员姓名	1、董事长郭梧文 2、董事、董秘、财务总监刘根祥 3、产业投资总监陈昊旻 4、证券事务代表黄丹旎
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复：</p> <p><b>1、公司的整体发展战略？</b></p> <p>要在当下的市场环境中保持竞争优势，企业的经营效率、商品企划、品牌营销、供应链管理能力和各环节都必须实现高质量协同发展，在此基础上充分发挥自身独具的产业特点和产品优势，成为具备高辨识度和明确护城河的头部企业。</p> <p>洪兴股份作为一家成立二十多年的家居服行业头部企业，始终围绕“为人类创造美好居家生活体验”的使命，以“缔造世界级家居服领导品牌”的愿景，对自身定位也进一步的进行了明确，那就是在家居服行业中，我们希望占据并一直保持在行业和消费者心智中头部的位置。将视野扩大到整个大内衣行业，我们将逐</p>

步把文胸、保暖、内裤、袜品等品类做到让同行尊重，让消费者认可并青睐。

## 2、公司如何开展新质生产力改革

公司将从组织、到运营、到产品各环节进行全面的提效改革，第一，组织架构的保障，从集团的角度，作为高质量发展战略的具体方法，其核心是推动制度、管理、企业文化的建设。第二，提升数字化工具的运用，推进各业务协同一体化集成，提升内部效率，让消费者数据化反哺到生产、渠道、销售、运营全场景，打造产业链的数字化。第三，始终围绕“为人类创造美好居家生活体验”的使命，持续调整商品策略和品牌建设，聚焦爆品逻辑，为此，集团层面特设了跨体系、跨职能的“爆品实验室”，该实验室从全集团内部招募各环节专业人才组成，覆盖包括研发设计、商品、运营、销售、品牌等各岗位。

## 3、如何看待线上新晋品牌的竞争关系？

市场与资本对这些的品牌的关注和看好，对整个贴身衣物行业都能带来积极影响，说明行业具备增长潜力，但洪兴股份和他们还有所区别。首先就是在品牌信任度上，相较于新晋品牌，洪兴股份的芬腾品牌经过二十多年的沉淀，已深深根植于很多消费者的心智中，品牌粘性很强。第二，相比这些品牌主攻线上渠道，洪兴股份除了同样强大的线上渠道，还建设了较强的线下营销网络，这为品牌形象的展示以及在广大的线下市场获客提供了坚实的基础；第三，洪兴股份多年积累并不断升级的供应链体系为公司保持长期稳定发展提供了保障，自有供应链的资源可以让公司实现快速反应、成本控制和品质保证。第四，洪兴股份作为上市公司，我们持续关注业务带来的盈利能力，并努力提高利润水平，始终将持续的股东回报放在首要位置。

最后，市场上每一次新的机会点，都为行业和其中的企业带来进步空间，我们也在跟随市场趋势不断进步，吸收当中科学高效的运营管理方式，放大自身积累的产业优势和品牌资源。

	<p style="text-align: center;"><b>4、公司如何做到通过消费场景影响消费者心智</b></p> <p>首先我们要明确消费群体，并在市场调研的基础上分析出他们的消费需求，再结合我们明确的企业使命，那就是为消费者提供舒适美好的家居生活体验，从而形成独一无二的品牌心智。</p> <p>2022-2023年，洪兴股份在市场较为低迷的时候仍然大力打造品牌，在将旗下主打品牌芬腾的品牌主张全新升级为“不上班就穿芬腾”的同时，联手分众传媒、新潮传媒等，在全国100多个重点城市进行了“芬腾”品牌的楼宇、小区电视广告及投放，建立起具有其独特个性的消费者心智。当中，仅通过分众传媒便实现全国百城曝光170亿人次，还同步在微博、抖音、小红书、微信对外官宣新的品牌主张，打造消费者对品牌的全新认知。核心是基于当代消费者对“不上班”时刻的渴望和追求，传递出芬腾“五好家居服”帮助消费者摆脱工作的桎梏、畅享个人时间的品牌理念。</p> <p>2023年10月，公司进一步加大品牌动作，洪兴股份旗下家居服饰品牌芬腾官宣范丞丞作为代言人，本次官宣活动以微博、小红书、抖音等新媒体作为主要媒介，并通过聚焦联动粉丝、意见领袖引导、后援会互动，实现从预热、官宣到发酵的全网传播，打入年轻代际的消费群体，本次代言的主题为“蓬然心动的舒适”，公司推出了相应的时尚化和年轻化的单品，通过情绪价值共鸣为产品提升附加值。</p>
附件清单(如有)	
日期	2024-3-20