证券代码：000026/200026　　证券简称：飞亚达/飞亚达 B

飞亚达精密科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20220826

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　（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	申万宏源证券有限公司 华泰证券股份有限公司 新华基金管理股份有限公司 上海尚近投资管理合伙企业(有限合伙) 阳光保险集团股份有限公司 上海白溪私募基金管理有限公司 杭州昊晟投资管理有限公司 招商证券股份有限公司
时间	2022 年 8 月 26 日
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	总会计师、副总经理兼董事会秘书 宋瑶明 证券事务代表 熊瑶佳
投资者关系活动主要内容介绍	**Q：公司半年报显示收入有些下滑，主要影响因素？现金流情况明显改善的原因？会是持续的趋势吗？** A：上半年以来，受国内经济形势、疫情反复等影响，消费市场整体较为低迷，尤其 3-5 月面临较大压力，公司围绕“品牌力、产品力、渠道力”及“数字化”等方面做了很多运营提升工作，同时严格进行费用管控，整体经营情况虽有一定程度下滑，但已出现改善趋势。半年报显示，公司期末现金及现金等价物余额 3.93 亿元，较去年同期增加了约 1.6

	亿，主要是由于货品采购与结算周期的差异，以及加强应收账款管理力度的影响。公司采取相对稳健的财务管理策略，保持健康的现金流，以更好地应对风险。 **Q：公司未来会通过什么措施推动手表品牌业务发展？** A：为了更好地顺应消费环境和市场需求的变化，同时基于自身航空基因和多年积累，“飞亚达”品牌确立了“以航空航天表为特色的高品质中国手表品牌”定位，持续推动品牌升级。上半年，“飞亚达”品牌着力优化产品系列及终端门店形象，主动调整营销投放策略，航空航天系列产品销售额同比增长超过五倍，助力品牌平均客单价显著提升及品牌形象年轻化。下一步，“飞亚达”品牌将继续打造“以国为内核，以潮为形式”的产品矩阵，进行产品精简及聚焦，继续推进门店优化，同时加大机心等关键领域的研发投入，持续夯实品牌核心竞争力。 **Q：飞亚达航空航天系列产品的用户画像？销售是否与特定事件关联性较强，存在较大波动性？** A：飞亚达“航空航天”系列产品相比传统系列产品来说，面向更年轻的大众消费者，主打价位段高于品牌平均客单价，达到 4000-5000 元，自推出以后取得了较好的市场反响。各类航空航天事件一定程度上助推该系列产品的销售，但从实际销售数据看，不存在明显的周期性波动，整体处于持续上升的趋势中。 **Q：在疫情和宏观环境变化背景下，名表业务的消费趋势、消费结构、和消费场景是否出现大的变化？** A：今年以来，国内疫情发展态势对名表销售造成了显著影响，根据瑞士钟表出口数据，瑞士手表出口中国大陆的金额整体出现明显同比下滑，3-5 月下滑比例较大，至 6 月开始明显改善，7 月则实现了较高增长。结构上看，部分头部品牌需求持续强劲，高价位段品牌整体表现相对坚挺，中低价位段品牌则受经济形势及疫情影响更明显。消费场景则

	未出现明显变化。 **Q：公司与历峰集团合作开设的 TimeVallée 门店情况和后续规划？** A：目前，公司与历峰集团合作开设了 2 家 TimeVallée 高端品牌集合门店，分别位于深圳和东莞。该类门店对地理位置、人员素质、资金投入等资源配置均有较高要求，公司将在把控风险的前提下，结合实际情况稳步推进门店拓展。 **Q：未来如果疫情好转，香港恢复通关，会对名表业务有什么影响？** A：总体来说，国内市场商业业态在疫情后持续演变，较几年前已发生深刻变化。目前看，中国大陆消费者的消费习惯已逐步改变、迁移，名表品牌对中国大陆市场的重视程度整体提升，大陆与香港的名表价差亦逐步缩小，中国大陆消费市场的吸引力在持续提升。与此同时，海南免税等渠道也为消费者购买名表提供了新的场景选择。市场竞争持续存在，我们认为公司要做的是进一步夯实核心竞争力，同时更好地满足顾客需求。 **Q:公司数字化转型工作有什么进展？** A:“飞亚达”进一步推进私域运营，完成小程序云店项目全面上线，持续为线下门店引流，依托 CRM 系统开展会员粉丝社区项目，会员招募及潜客转化持续稳定增长。“亨吉利”持续加大数字化营销力度，潜客成交及老客复购金额合计占比约 60%，取得显著提升。同时，公司亦推进内部运营体系的数字化转型工作，提升运营管理效率。
附件清单（如有）	暂无
日期	2022 年 8 月 26 日