

证券代码：300840

证券简称：酷特智能

青岛酷特智能股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-004

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（ <u>请文字说明其他活动内容</u> ）
参与单位名称及人员姓名	2023年9月6日中泰证券、国联基金、人保养老、聚鸣投资、长信基金 2023年9月15日中泰证券、永赢基金、招商基金、融通基金、宏道基金、光大永明、人保基金、敦和资管、宝盈基金、兴源投资、九水投资、中路保险 2023年9月20日银河证券、涌贝资产
时间	2023年9月6日-2023年9月20日
地点	公司
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、财务总监吕显洲先生 证券事务代表周佩佩女士
投资者关系活动主要内容介绍	<b>2023年9月6日场次</b> 本次投资者关系活动以线下方式进行，董事会秘书吕显洲先生介绍了公司的主要情况，并与参会人员进行了交流，交流主要内容如下： 1、问：公司的产能扩充计划是什么？ 答：疫情期间由于经济的不确定性公司没有扩充产能，公司目前正在建一条生产线，大概扩产20%左右，预计10月份投产来满足旺季订单需求。目前正在筹备建设新厂房和生产线，再建一个酷特智能的产能。 2、问：公司如何拓展新客户？ 答：公司的B端客户目标非常明确，是商户客户，含国内外的服装品牌商、服装创业者、时尚设计师和服装经营者等，公司通过展会、演讲、拜访、电话洽谈等方式达成合作。 3、问：公司客户粘性怎么样？

答：公司海外客户粘性比较高，老客户比较稳定，也在不断增加新客户。虽然国内客户有的会关店，但整体来说，公司不依赖大客户，小客户粘性更高，对价格不敏感。

4、问：男装、女装毛利有差别吗？

答：女装因为工艺复杂，毛利率稍微高一点。

5、问：公司在C端有什么规划？

答：公司未来仍会以B端为主要方向，同时预计用3-5年时间打通C端，注重提升消费者体验感等，搭建完善营销体系和服务体系，提高消费者复购率。

6、问：各行业都有技术壁垒，公司如何跨行业改造？

答：智能制造、个性化定制解决方案和数字化治理体系是公司三大核心能力，这些核心能力是具备共性的。以酷特服装C2M产业互联网平台为例，公司是以男装个性化定制为试验田，目前已经将此能力复制到女装。公司将根据市场的需求，横向的复制到服装多品类，酷特C2M产业互联网研究院将此解决方案跨行业进行了50多个行业150多家企业的探索和实践，具备跨行业柔性化、个性化智能制造复制能力。

7、问：新生产线建成，公司的生产成本会继续下降吗？

答：公司现有生产线是在原有生产线改造的，新生产线各节点会按照智能制造和数字化治理体系的经验来进行布局，预计会比目前生产线效率更高，成本更低。

8、问：目前公司订单旺盛，产能扩产之后，订单能否支撑？

答：需求和产能不可能完全匹配。公司产能规划是根据市场需求进行，公司会通过新建生产线，进一步扩大产能，以满足快速增长的市场需求。公司已经储备了国内、海外许多客户资源，由于产能瓶颈未深入合作，随着产能扩大，会更深入大规模合作。未来，公司会持续建立和完善品牌营销、服务等体系，提升现有门店的经营质量，做好客户服务和客户体验，保持市场竞争力和占有率。

### 2023年9月15日场次

1、问：公司如何拓展新客户？

答：我们有专门业务拓展团队，负责海外、国内客户拓展，公司的B端客户目标非常明确，是商户客户，含国内外的服装品牌商、服装创业者、时尚设计师和服装经营者等，公司通过展会、演讲、拜访、电话洽谈等方式达成合作。

2、问：女装快速增长的原因是什么？

答：女装定制需求一直有，但是目前供应链供需逻辑下无法满足消费者个性化定制需求，传统定制成本高且无法量产。因此，基于在服装个性化定制领域的核心技术及定制数据库系统，公司根据市场的需求，拓展女装个性化定制品类，持续进行服装品类的横向拓展，进行个性化及柔性化生产，继续提升数字化、智能化的能力，因此女装产品的订单能够迅速增长。

3、问：公司个性化定制成本是如何无限接近成衣的？

答：过去公司有三千多名员工，成衣产能比现在不足两千人个性

化定制产能还低。对比其他成衣工厂，公司的个性化定制除需要单件单裁，比成衣批量裁剪耗时长以外，流程上都是工业化流水线式生产。比如打版，传统定制需要版师手工打版，而公司是通过版型数据库自动出版，效率高、成本低、节省面料。另外，公司产业互联网研究院在不断研究将成熟技术与产业相结合，持续提升公司智能制造水平和数字化治理体系，提高效率，降低成本。

4、问：过往年度公司收入比较平稳，去年以来迅速增长的原因是什么？

答：对于C客户而言，目前表面消费降级，实际是价格降级，产品要求升级，同样价格情况下，消费者会选择个性化定制。目前成衣市场在“供需”逻辑下进入恶性竞争，“先做再卖”无法满足客户需求，造成库存积压，必须要进行转型。而且，在现在大环境下，品牌商更加珍惜客户，不会随便选择没有品质要求的工厂，为了保证客户不流失，对供应链要求高，因此很多品牌选择酷特智能。过去因为产能问题，公司进行客户筛选，疫情过后公司计划对服装试验田升级，可以拓展更多的客户。因此，公司业绩迅速增长。

5、问：公司的产能扩充计划是什么？

答：疫情期间公司没有扩充产能，公司目前在建一条生产线，大概扩产20%左右，预计10月份投产来满足旺季订单需求。目前正在筹备建设新厂房和生产线，再建一个酷特智能的产能。

6、问：B端客户西装均价多少？

答：一套西装公司收取B端客户1000元左右，公司负责研发设计、采购面料、生产、陈列等除销售外全流程服务。B端客户零售价公司不干预。

### 2023年9月20日场次

1、问：公司的定制服装是自动出版，返修率多少？

答：公司目前订单返修率不足2%，返修主要是由于消费者穿衣风格导致。

2、问：往前年度收入比较平稳，是什么原因？

答：三年疫情期间由于经济的不确定性，没有扩充产能，目前开始订单恢复增长较好，公司准备扩充产能。

3、问：有没有大客户？

答：公司多数是优质小客户，不依赖大客户，大客户议价能力强，加工费相对低，还占大量产能，会导致利润率低。公司正在扩充产能，产能扩充以后，除定制客户增长外，公司还可以为成衣品牌新增个性化定制服务。

4、问：国内客户分布情况是怎样的？

答：主要分布在一、二线等较发达城市，主要和消费水平、消费习惯以及市场成熟度等有关。

5、问：消费不旺盛对公司有冲击吗？

答：个性化定制是服装的细分领域，公司具备很强的技术壁垒和市场竞争能力，目前公司的生产经营情况既定目标有序进行。

	上述调研不涉及应披露的重大信息。
附件清单	无
日期	2023年9月21日