

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：2023-014

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	上午场：华安证券、建信基金、固禾投资、涌乐投资 下午第一场：海通证券、浙商资产、上银基金、誉辉资本、仙人掌基金、复胜资产、冲积资产、盈领资本 下午第二场：方正证券，兴业证券
时间	2023年12月27日
地点	公司
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理张蕴蓝女士 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	上午场： 本次投资者关系活动以线下方式进行，董事会秘书、财务总监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：客户如何拓展？ 答：公司的B客户目标非常明确，是传统定制店、创业者和想要增加定制业务的成衣品牌，公司通过展会、演讲、拜访、电话洽谈以及网络渠道等方式开拓市场，达成合作。 2、问：产能扩充进展如何？ 答：为应对产能不足的情况，公司租赁场地，增设了一条生产线，目前已投产，产能正在释放中，满产后预计在现有产能水平上提升20%

左右。公司募投项目扩充产能计划目前正在进展中。

3、问：国内、国外销售占比多少？

答：国内占总收入 60%左右，国外占总收入 40%左右。

4、问：如何提高公司销售额占比？

答：西装定制是一个细分领域。公司的小 B 客户很多是从 0 到 1 逐步做起。公司扩充产能后，成衣品牌也会成为公司的目标客户，在成衣品牌原有店面开辟定制业务，增加创利空间。另外可以为成衣品牌柔性化生产，进行小单快反，为成衣品牌降低库存，提高周转效率。

5、问：公司定制与传统定制的区别是什么？

答：传统定制对裁缝经验要求非常高，需要懂版型、工艺、款式、人体、缝制等，且耗时长，成本高，无法量产，只能服务小众高端客户。而公司实现大规模个性化定制，采用工业化手段，实现七个工作日交付，效率和成本接近成衣，是可复制的模式，服务大众消费者。

6、问：如何服务 B 客户？

答：公司在逐步扩展新品类，打通新品类数据库，积累多品类核心竞争力。公司为 B 端客户提供从研发设计、智能量体、面辅料采购、智能生产、数字化物流、财务管理等全链条一站式服务。

7、问：公司销售额的季节波动原因？

答：各季度产品不同，客单价不同，各季度会有一定的波动。

下午第一场：

本次投资者关系活动以线下方式进行，董事会秘书、财务总监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：国内、国外销售占比多少？

答：国内占总收入 60%左右，国外占总收入 40%左右。

2、问：公司的核心能力是什么？

答：公司经过十多年的实践探索，搭建了酷特 C2M 产业互联网平台，打造了核心能力，即智能制造、个性化定制解决方案和数字化治理体系。

3、问：公司产品定价多少？

答：公司自有品牌一套西装定价是 3000 元起，根据面料和工艺不同定价不同。

4、问：公司增长动力有哪些？

答：公司在赋能老客户增加收入基础上，继续拓展新客户，同时根据市场需求拓展新品类，并逐步扩充产能，实现健康可持续增长。

5、问：扩产进度如何？

答：为应对产能不足的情况，公司租赁场地，增设了一条生产线，目前已投产，产能正在释放中，满产后预计在现有产能水平上提升 20% 左右。公司募投项目扩充产能计划目前正在进展中。

6、问：有没有大客户拓展计划？

答：公司产能扩充之后，可以开发大客户，基于公司大规模个性化定制能力，将为潜在大客户提供个性化和柔性化供应服务，在不改变其固有经营模式基础上，赋能潜在大客户开辟个性化定制业务，开拓新的增长点。同时，公司柔性化供应能力，能为成衣客户提供畅销品柔性小批量生产，快速补货等服务，从而帮助潜在大客户提高市场灵活度，降低库存，提高利润。

下午第二场：

本次投资者关系活动以线下方式进行，董事长、总经理张蕴蓝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：扩产进度如何？

答：为应对产能不足的情况，公司租赁场地，增设了一条生产线，目前已投产，产能正在释放中，满产后预计在现有产能水平上提升 20% 左右。公司募投项目扩充产能计划目前正在进展中。

2、问：什么品类定制更有优势？

答：目前正装、风衣、大衣、连衣裙、衬衣等穿着场景多、需求大且客单价高的品类。

3、问：老客户发展怎么样？

答：老客户比较优质，在稳步发展。

	<p>4、问：有没有品牌客户拓展计划？</p> <p>答：公司产能扩充之后，可以开发品牌客户，基于公司大规模个性化定制能力，将为潜在品牌客户提供个性化和柔性化供应服务，在不改变其固有经营模式基础上，赋能潜在品牌客户开辟个性化定制业务，开拓新的增长点。同时，公司柔性化供应能力，能为成衣客户提供畅销品柔性小批量生产，快速补货等服务，从而帮助潜在品牌客户提高市场灵活度，降低库存，提高利润。</p> <p>5、问：为什么先拓展品类而不是先扩大占有率？</p> <p>答：公司服装产业互联网平台的目标是全品类服装，逐步打通新品类数据库，积累服装全品类数据库的核心竞争力。数据库完全打通后，可以为其他传统服装工厂进行改造，建立产能输出合作模式，扩大全品类市场占有率。这是公司的战略选择。</p> <p>6、问：现有品类产能扩充之后订单来源能够保证吗？</p> <p>答：现有客户都是筛选之后的优质客户，自身在稳定增长。另外，产能扩充的同时，继续拓展新客户。</p> <p>上述调研不涉及应披露的重大信息。</p>
附件清单	无
日期	2023 年 12 月 27 日