

证券代码：300979

证券简称：华利集团

中山华利实业集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-010

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	华宝基金-薄玉
时间	2024年4月19日
地点	中山
上市公司接待人员姓名	董事会秘书方玲玲
投资者关系活动主要内容介绍	<p>参加公司组织的调研活动（线下）的来访人员按深交所规定签署了《承诺书》。</p> <p>投资者与公司的交流情况：</p> <p>Q：订单的能见度情况？</p> <p>A：客户跟公司季前会沟通预告订单，每个月有固定的下单日下达正式订单，通常一个月下单1次或2次。同时，公司与品牌方会召开产能规划会议，对中长期的产能需求进行讨论、规划，以便公司提前做好产能准备。由于国际政治、经济形势复杂，很多品牌基于对未来经济形势的不确定性，预告订单的不确定性会增加。2024年，具体的订单及出货安排，要看每个月客户的正式订单的情况。公司会密切关注全球经济形势以及各品牌的业绩情况，做好产能弹性的安排。</p> <p>Q：事业部是按照品牌进行区分？</p> <p>A：在管理上，我们是总部+事业部（群）的模式，通常一个独立的客户对应一个事业部（群），事业部（群）下设开发业务中心和生产中心（量产工厂）。事业部（群）负责业务拓展、客户关系维护、产品开发和量产等，每个品牌订单和产量增加只是相应的增加事业部（群）的工厂的数量和规模；新增的品牌，在品牌的订单数量达到一定量级，会单独设立事业部（群）。总部部门主要包括采购部门、财务部门、人资部门等。目前的管理模式，应该可以容纳比较高的产能增加，不论是品牌的增加还是订单的增加。当然随着印尼工厂的逐步投产，公司也在不断优化管理模式和运营流程。</p> <p>Q：运动鞋的快反比例高吗？</p>

A: 由于运动鞋工艺和物流特点（鞋盒体积比较大，空运费用很高），快速订单、紧急订单占比不可能很高。运动鞋的开发周期比较长（6-12 个月），量产制造工艺流程比较多（模具开发制造、鞋底制造、鞋面制造、最后成型），原材料种类也非常的多，通常运动鞋产品开发会提前一年至一年半时间（相较于产品销售），生产会提前半年左右。所以运动鞋很难做到即时开发、生产当季产品。但是也会存在当季补货订单，对于客户的紧急补货订单，公司会用最快的速度响应客户的需求，部分订单可以做到 2-3 周的时间交货。

Q: 工厂与品牌型体的匹配度这方面，一个工厂只做品牌的部分型体？

A: 公司的主要品牌都会有专属的工厂，公司大多数工厂只为一个品牌服务，也有少数工厂通过了多个品牌的认证可以量产多品牌订单。各个客户的服务团队要保持独立，包括开发团队、量产产线等。但是接到新品牌的时候，新品牌初期订单规模不能满足一个工厂的产能，会先暂时在其他品牌工厂设立独立的厂房和产线，当新品牌达到一定量级后，也会有一个专属的新工厂。

Q: 工厂生产的淡季、旺季差异会很明显吗？

A: 不同季节的鞋型和鞋款会有差异，不同品牌因为涉及的鞋型不同，会有季节性订单差异，比如户外靴鞋品牌，通常秋冬季的销量会略大、单价会高一些；休闲运动鞋和慢跑鞋的季节性不明显，各个季节的订单比较均衡。通常运动鞋产品生产出货会提前 3-6 个月左右，季节交替月份的订单相对低一点。对应到公司的出货节奏，按目前的客户结构呈现出来的季节性差异，通常二季度、四季度会是四个季度中出货相对旺季，三季度、一季度是相对淡季。公司会根据订单情况合理安排产能的配置、控制成本费用。

Q: 未来公司平均单价会持续提升吗？

A: 平均单价的变化与客户组合、产品组合的变化有关。公司服务的品牌，销售单价差距比较大，不同品牌占比的波动，会直接影响公司的平均单价的波动。2024 年平均单价的情况，要根据各品牌具体的营收变动情况来判断。公司在接受品牌的订单时不会把单价作为一个决定性的判断标准。

Q: 目前或者未来是否会出现运动鞋制造商向下游延伸，给品牌客户提供鞋款、样式等，让客户去选择的情况？

A: 运动鞋产业是全球产业链专业化分工、合作的产业，品牌商和制造商的合作非常紧密，从产品开发、新技术新材料的开发、量产等进行全方位的合作。运动品牌运营商着

力于品牌价值的塑造、营销及产品的设计，将运动鞋的开发和制造委托给专业的制造商；运动鞋制造商则专注于运动鞋开发设计和制造，与运动品牌运营商保持长期、稳定的合作。由于运动鞋的开发周期长，并且运动鞋的量产管理的难度比较大，比如工序多、材料复杂；同时不仅仅是生产环节，还包括产品的开发和技术创新，这些都需要比较长时间的经验技术的积累和沉淀，运动鞋制造行业壁垒还是比较高。

Q：未来产能扩张的计划？

A：考虑到市场需求，未来几年公司仍会保持积极的产能扩张。未来 3-5 年，公司将在印尼及越南新建数个工厂。公司的产能除了通过新建工厂、设备更新提升产能外，还可以通过员工人数和加班时间的控制保持一定的弹性，每年具体的产能的配置将根据当年订单情况进行调整。