

证券代码：000026

证券简称：飞亚达

## 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：20210420

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"/> 一对一沟通 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名（排名不分顺序）	天风证券股份有限公司 上海国泰君安证券资产管理有限公司 深圳市前海圣耀资本投资管理有限公司 深圳市前海登程资产管理有限公司 宁波德祐投资合伙企业（有限合伙） 广发证券股份有限公司 融通基金管理有限公司 招商证券股份有限公司 深圳金豆投资有限公司 光大证券股份有限公司 万联证券股份有限公司 长城证券股份有限公司 国泰君安证券股份有限公司 申万宏源证券有限公司 中国国际金融股份有限公司 泓铭资本集团 长江证券股份有限公司 安信证券资产管理有限公司 鹏华基金管理有限公司 富国基金管理有限公司

	<p>博时基金管理有限公司</p> <p>杭州明良资产管理有限公司</p> <p>深圳海富凌资本管理有限公司</p> <p>深圳前海晟贝乐投资有限公司</p> <p>安信基金管理有限责任公司</p> <p>PA asset</p>
时间	2021年4月20日 14:00-17:30
地点	飞亚达科技大厦 20 楼
上市公司接待人员	<p>董事长 黄勇峰</p> <p>总会计师兼董事会秘书 陈卓</p> <p>熊瑶佳</p> <p>钟洁莹</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>Q：公司董事会人员的明显变动传达了什么信号，上级单位对飞亚达的支持是否会有明显的变化？未来对飞亚达的激励机制是否会有影响？</b></p> <p>A：公司董监事人员变动属于实际控制人中航国际派出董监事的正常调整。中航国际在北京和深圳都有业务，其中深圳地区以实体产业为主。去年，中航国际与深圳市政府签订《总部经济发展合作协议》，积极融入粤港澳大湾区及深圳先行示范区的发展，有利于构建更加市场化的机制，有利于推动资本、技术与人才的结合，股东单位的相关安排将对公司发展提供更直接的支持，有利于公司未来发展。</p> <p><b>Q：公司实施了两期股权激励计划，总额及人数均有所增加，是否有机制性的突破，未来股权激励的条件是否会更加市场化？</b></p> <p>A：目前看股权激励政策层面的支持力度在加大，并更趋于市场化，有利于未来探索更多元化的激励方式。实际上，实施限制性股票激励计划对参与者约束及激励并存，持有资金成本较高，实</p>

施过程中一旦业绩不达标或者股价表现不好，都会带来收益的不确定性。公司两期股权激励计划的参与度都较高，说明激励对象对公司经营业绩和股价成长是有预期和信心的。我们期望通过有效的股权激励，深度绑定公司、管理层和投资者的利益，促进公司持续健康发展。

**Q: 针对免税市场，公司希望抓住什么机会？目前在哪些方面取得了进展？**

A: 免税市场其实仅是高端消费品市场的一部分，我们可以从全球奢侈品消费特别是中国人奢侈品消费视角去分析。根据贝恩咨询的研究报告，2015年中国人在内地购买奢侈品金额占比仅为23%，到2019年提升至32%，手表行业的发展也有大致印证。去年受疫情影响，全球奢侈品消费结构发生较大变化，全球奢侈品市场销售额在2020年预计下跌23%，但中国内地在全球市场的份额几乎翻了一番，预计中国消费者在境内购买奢侈品的份额和总量都将继续提升。

中国消费者在境内购表将是长期趋势。近年随着中瑞双边协议带来的关税持续降低，名表品牌顺应市场需求主动调整定价等因素影响，全球区域价差不断缩小，加上国内消费服务体验便捷高效，维修保养服务水平不断提升，国人出境购表的意愿也随之降低。

从品牌结构上看，我们注意到近年来万元以上的表款销售增长较好，高端消费人群逐步扩大，此类顾客更倾向于本地化便捷、优质的消费体验。目前国内手表零售渠道商比较多，服务体验差别很大，亨吉利拥有全国统一商号，所有店面均遵循诚信、规范、专业、温馨的服务标准，顾客粘性不断提升。

疫情对行业格局及渠道生态产生了较重大、持续性的影响。众多品牌对中国大陆的拓展支持力度逐步加大，未来机会会有很多。

公司也在积极推动和免税渠道的合作和布局，已有部分项目落地。我们会更着眼于长远发展，紧随行业及渠道的演进步伐，目前我们的销售增速较瑞表出口的增速更高，份额提升较为明显。

**Q：公司自有品牌未来有什么考虑？**

A：飞亚达提出了“大国品牌”的战略，我们要做长期的品牌建设，持续练内功，围绕品牌力、渠道力、产品力来打磨，通过细致的工作实现价值创造。基于中国制造环境的改善以及公司的关键能力的长期积淀，打造优质大国品牌的条件在逐步成熟，现阶段自有品牌的盈利能力持续提升，我们期望今年将有较好表现。

**Q：公司自有品牌在技术和工匠储备方面是否能满足需求？精密科技业务有什么布局？**

A：公司的钟表大师、技能工匠以及技术人才储备在行业内处于领先。从产品设计到工艺技术，飞亚达有能力做出好的产品，我们需要做的是平衡好产品转化为消费者感知、转化为商业价值的关系，解决好行业生态和商业逻辑的问题。

精密科技业务涉及到机心、超精密零部件等制造领域，公司背靠航空精密制造技术和产业，有机会在精密技术方面取得更多突破，未来将会加速拓展航空航天、医疗等市场。在国家政策及航空工业的支持下，公司将继续加大对精密科技业务的相关投入，寻找合适的投资机会和发展契机。

**Q：公司三块主要业务（名表、自有品牌、精密科技）未来五年预计能做到多大的规模？**

A：2017年开始公司的业绩持续增长，去年疫情带来重大挑战的同时也带来了机遇。名表业务方面，国人的名表消费需求还未完

全释放，我们对未来增速跑赢行业平均水平抱有信心；自有品牌方面，通过各个维度落地“大国品牌”的战略，未来利润增长可期；精密科技是中长期的战略布局，不一定是简单的线性增长，不排除会有好的切入机会。总体上看各块业务内部调整和挖潜的空间尚存，与此同时发展机会也都可期。

**Q：名表业务的年轻客群占比是否发生变化？公司在营销策略上是否有新的尝试？**

A：瑞表作为奢侈品，主流消费人群主要还是集中在 30 岁左右。亨吉利在数字化方面走在行业前列，客群触达度较高，购表的消费者都享有会员体系服务。去年数字零售系统落地，顾客复购和潜在客户成交金额占比迅速提升。公司会加强对私域目标客群的营销力度，信息化等相关投入也在增加。

**Q：飞亚达表是否在做系列精简，对 2021 年新品有什么想法？**

A：飞亚达表每年都持续做新品的开发及现有产品的优化，逐步淘汰缺乏品牌特色的系列，聚焦和强化核心系列。长期来看会围绕品牌力、产品力、渠道力，强化终端渠道运营管理，提升品牌的价值创造能力。

**Q：亨吉利店面数量的变化？**

A：近年来绝对数量变化不大，通过优化调整保持在 200-250 家的区间，目前约 220 家，也有多个拓展门店项目在跟进中。渠道和品牌结构还将继续优化，持续向中高端升级和拓展。

**Q：消费税后移对自有品牌和名表零售业务有什么影响？**

A：目前消费税政策调整的具体实施方案和细则还未见，相关事项暂未到落实层面。

	<p><b>Q: 亨吉利各个瑞表品牌的收入构成排名?</b></p> <p>A: 目前与市场瑞表品牌排名大致一样。</p> <p><b>Q: 名表是否有存货压力?</b></p> <p>A: 今年一季度亨吉利平均存货周转率在 2 次左右, 资产效率在持续提高。</p> <p><b>Q: “五一节”之后历峰集团是否会在卓越开新店? 是否意味品牌认为香港市场机会不会太大?</b></p> <p>A: TimeVallée 是历峰集团的高端品牌集合店, 卓越店预计 5 月后开业。其与亨吉利的合作模式, 同其他门店合作模式基本一致。未来名表品牌的渠道拓展策略会更贴合中国大陆市场。</p> <p style="text-align: center;">本次投资者交流会过程中, 公司严格按照相关制度规定, 没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2021 年 4 月 20 日