

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：20210820

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（半年度业绩交流电话会）
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 万联证券股份有限公司 申万宏源证券有限公司 方正证券有限责任公司 国联证券股份有限公司 华泰证券股份有限公司 招商证券股份有限公司 东吴证券股份有限公司 国泰君安证券股份有限公司 中国人寿养老保险股份有限公司 鹏华基金管理有限公司 汇添富基金管理股份有限公司 华安基金管理有限公司 天津国有资本投资运营有限公司 融捷投资控股集团有限公司 源乘投资管理有限公司 中国国际金融股份有限公司 深圳康瑞资本管理有限公司 上海铭耀股权投资管理有限公司 上海途灵资产管理有限公司

时间	2021年8月20日 15:00-16:00
地点	深圳（电话会议）
上市公司接待人员	董事总经理 潘波 总会计师兼董事会秘书 陈卓 工作人员 熊瑶佳 钟洁莹
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>Q：目前公司单季收入是否处于较高水平，名表销售受海外回流的积极影响是否已经到了瓶颈期？国内疫情反复，从增速上看公司名表业务比瑞士出口大陆市场的增速更快？</b></p> <p>A：与历史业绩相比，目前单季收入仍处于相对高位，趋势上去年三季度开始出现爆发性增长，到今年增速逐渐趋于平稳。往后看，预计瑞士出口大陆市场的金额会保持稳定增长，但增速会有所放缓。面对消费升级和回流的大周期，我们期望跑赢瑞士出口大陆市场的平均增速，抓住机会逐步扩大市场份额。具体措施方面，公司将持续推进渠道及品牌结构升级，深化与品牌及零售渠道的合作关系，同时以顾客为中心，持续巩固核心竞争优势，更好地连接消费者。</p> <p><b>Q：亨吉利在过去两年同店增长的驱动力是什么？</b></p> <p>A：主要来源于持续的结构优化调整及精细化运营。一方面高端品牌占比提升，门店选址优化，高端购物中心渠道占比提升；另一方面持续深化、细化门店运营，整体运营效率更高。</p> <p><b>Q：请问公司名表业务的产品价格带及收入占比情况如何？</b></p> <p>A：目前，中高端品牌主力成交价位段在 3-5 万元之间，销售占比最高。从手表发展历程看，2007-2012 年是名表零售业务爆发式增长阶段；2012-2016 年受政策影响市场相对低迷；从 2016 年下半年开始逐渐恢复，名表销售以 5000 元-1 万元左右为主，而后开始向 2-3 万元及更高价位段发展。近两年 5 万元及以上价位段增速显著提升。总体呈现价位段逐步上移趋势，与瑞表出口数据趋势基本一致。</p>

**Q: 公司 2021 年半年报提到亨吉利加速数字零售系统升级, 潜客成交及老客复购提升 10%以上, 请问上半年亨吉利业务收入中潜客和老客贡献的收入占比如何?**

A: 亨吉利潜客成交及老客复购合计金额占其收入比例约为 40%。

**Q: 随着海外市场逐渐恢复, 品牌对中国大陆市场的供货情况有什么变化和影响? 在货品投放和资源倾斜方面是否有系统性的改变和未来措施的调整?**

A: 名表业务目前整体趋势较好, 数据显示瑞表出口的整体体量持续增长, 向中国大陆市场出口的金额增速和比重相对稳定。但我们也留意到, 美国及香港等市场近期逐步复苏的现象, 需要再密切关注下半年的情况。

近几年随着大陆市场渠道业态变化以及疫情影响, 各大名表集团对中国大陆市场的重视程度在增加, 在定价体系、户口开设等方面会更关注大陆市场的需求, 价差亦不断缩小。尽管外部市场环境的变化可能会带来业务的短期波动, 但奢侈品市场是一个相对长周期行业, 我们相信中国大陆仍将是重要市场之一, 从长期趋势上看名表品牌对大陆市场应该会持续给予支持。

**Q: 根据公司主要竞争对手的招股说明书, 从体量上看公司名表业务与竞争对手仍有差距, 计划用什么方式做大市场份额? 竞争对手有一部分批发业务, 而亨吉利的名表业务主要是终端零售业务, 如何看待我们的竞争力?**

A: 我们关注到行业内其他同行拟上市, 相信对整个行业会带来积极的影响, 有利于加深大家对名表行业的认知和影响。关于体量的差距是在历史中形成的, 从经营发展的角度, 一方面我们基于自己的战略布局和渠道地图, 不断优化品牌、门店结构和提升运营效率; 另一方面通过尝试横向整合, 拓展渠道增量的新模式。从数据上看, 近几年亨吉利毛利率稳步提升, 带来可观的利润增量。我们认为, 亨吉利目前的渠道布局与品牌布局相对匹配, 未来仍存在较大提升空间。

**Q: 公司与历峰集团合作的 Time Vallee 什么时候开店, 品牌数量和门店面积为多少? 与公司此前与其他名表品牌的合作模式有何不同?**

A: Time Vallee 是历峰集团的高端品牌集合店, 亨吉利与其合作门店预计国庆节前后开业。门店集合约 8-9 个品牌, 整体面积在 300 平米左右。其与亨吉利的合作模式, 同其他亨吉利门店合作模式基本一致。

**Q: 请问公司目前在海南市场的布局情况如何, 是否有新的突破和进展?**

A: 公司自有品牌几乎进驻了海南所有免税渠道, 也取得了较好的经营业绩。在此基础上, 公司近期已完成海南全资子公司的设立, 并初步展开相关业务。同时也在积极推动免税渠道的合作和布局, 已有部分项目落地。

**Q: 公司自有品牌的新品系列投放大概贡献多少了收入增长? 自有品牌目前是否有经典款或潮流款, 占比大约多少?**

A: 飞亚达品牌每年都持续做新品的开发及现有产品的迭代及优化, 聚焦和强化核心系列。由于新品存在预热期, 当期收入占比一般不太高, 通常在第二年才会有所体现。目前自有品牌的核心系列主要包括男表的航空航天系列、极限系列和摄影师系列, 女表的四叶草系列和心弦系列, 整体风格偏商务时尚。公司在对经典系列不断迭代的同时, 后续也会考虑向结合市场潮流、打造爆款角度演进。

**Q: 目前国内有些品牌通过互联网营销打造爆款, 公司自有品牌是否计划通过营销出圈的方式打造爆款系列, 对此有什么考虑和想法?**

A: 近期公司自有品牌正推进品牌重塑的内部规划工作, 并且通过抖音、小红书等新渠道持续开展营销活动, 同时结合热点事件例如珠海航展等做品牌宣传工作, 后续会适度加大精准营销的投放力度。

**Q: 请问七夕期间名表和自有品牌业务表现如何?**

A: 七夕期间, 亨吉利紧抓销售契机, 创下单日销售历史新高。由于正逢国内疫情反复, 自有品牌的销售略受影响。

	<p><b>Q：公司新董事长上任，员工激励计划是否会有新的安排？</b></p> <p>A：公司在 2021 年初已启动第二期股权激励计划，按照规定需要间隔两年才可实施下一期。公司内部也会持续考虑合适的激励方式。</p> <p><b>Q：结合股东背景，公司精密科技业务未来是否会在高端制造领域有新的曲线发展的可能？</b></p> <p>A：精密科技业务目前主要在激光器、光通讯连接件等精密零部件领域持续发力，今年在探索航空航天市场方面取得了一定的进展与突破。未来将加速航空航天、医疗等市场拓展。</p> <p><b>Q：今年上半年销售费用折旧摊销同比增幅很大的原因？</b></p> <p>A：主要是受新租赁准则的影响。</p> <p>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>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2021 年 8 月 20 日</p>