

证券代码：000026/200026

证券简称：飞亚达/飞亚达 B

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：20220322

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）	东吴证券股份有限公司 国元证券股份有限公司 申万宏源证券有限公司 信达证券股份有限公司 国海证券有限责任公司 国泰君安证券股份有限公司 招商证券股份有限公司 万联证券股份有限公司 国联证券股份有限公司 深圳海富凌资本管理有限公司 英大基金管理有限公司
时间	2022年3月22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（代行董事会秘书）宋瑶明 董秘办工作人员 熊瑶佳 钟洁莹
投资者关系 活动主要内容介绍	Q1：近期各地区疫情较严重，对公司生产经营影响程度如何？ A：今年一季度以来，全国多地疫情频发，对公司一线门店销售造成了较大压力。面临复杂严峻的疫情考验，公司严抓疫情防控，在确保员工队伍安全的前提下，努力保证正常经营。得益于公司近两年来持续打造的数字化零售体系，

会员招募和转化效率均明显提升，线上线下一体化进展顺利，线上销售的增长一定程度上弥补了疫情所带来的线下销售缺口。

Q2: 1 月份以来，劳力士、积家等瑞表品牌的价格波动幅度较大，对公司瑞表销售是否会产生较大影响？

A: 各大瑞表品牌基本上每年都会根据市场情况对产品价格进行小幅度调整，价格上调则会对亨吉利名表业务销售及存货价值提升带来一定的积极影响。考虑到亨吉利名表业务的库存周转率大约为一年 2 次，存货周转效率处于行业较高水平，因此短期调价对存货的影响有限。

Q3: 1-2 月份瑞表出口数据有些变化，公司如何看待亨吉利 2022 年整体发展趋势和开店节奏？

A: 2021 年以来，在国内疫情、房地产政策等多重因素影响下，中高端消费由高增长逐渐趋于平稳增长，近几年瑞表出口的金额总量整体变化不大，细分价位段及细分市场份额存在此消彼长的阶段性波动，总体趋势而言，中国大陆和美国市场的市场份额在逐步提升。

2022 年，中央提出 GDP 增长 5.5%左右的发展预期，各地各部门也在积极推动落实稳增长有关的部署工作，后续有望出台更多针对消费领域的支持政策，对消费行业及居民消费信心带来正面影响，我们亦对此保持乐观。基于当前形势，公司会继续积极争取扩大市场规模、实现业绩提升，同时有效防范、应对风险，亨吉利名表业务会保持相对稳健的开店步伐。

Q4: 请问自有品牌在新媒体渠道的布局情况如何？

A: 2021 年下半年以来，自有品牌的线下业务面临较大压力，线上业务则受益于公司近年来持续推行的提质增效和数字化转型工作，收入和利润保持增长。

根据天猫、京东等主流渠道的数据显示，自有品牌线上业务的份额有所提升，公司在内部也成立了专项小组负责推进抖音、小红书等新媒体渠道业务，不断尝试并取得一定进展，整体来说公司不倾向以大幅度牺牲毛利率来换取短期销售，新媒体渠道的运营能力提升及销售转化仍需要时间。

Q5：请问公司目前在精密科技业务方面有何布局和计划？

A：精密科技业务是公司未来发展战略的重点方向之一，公司近两年来做了许多工作。一方面，公司持续专注自身能力建设，加速设备的更新换代，强化技术团队能力；另一方面，公司主动调整优化客户结构，提升高毛利客户的销售占比。上述努力之下，公司精密科技业务在面临成本上涨的压力下，收入持续增长。以外，公司也将积极探索整合外部资源的机会，如有相关进展将及时履行公告义务。

Q6：公司智能穿戴业务方面有何展望和布局？

A：经过前期的探索，公司智能穿戴业务已经具备了一定的产品技术开发实力及渠道拓展能力，逐步实现独立实体化运作，对现金流管控及库存等方面都进行了全面梳理。今年的目标是在收入继续增长的基础上重点提升盈利能力。

Q7：公司在海南免税的布局是否有新的进展？

A：公司自有品牌基本进驻了海南所有免税渠道，销售情况一直不错。当前疫情的反复对海南旅游市场的客流量有较大影响，自有品牌在当地的销售情况有所起伏，但对标同价位段产品保持了较好水平。在此基础上，公司在去年已完成海南全资子公司的设立，同时积极推动名表业务与免税渠道的合作。

Q8：公司在 2021 年报中提到，2022 年将继续践行“大国品牌”战略，持续推进代表中国形象、中国品质、中国技术和中国文化的产品和品牌打造，请问具体有何落实举措？

A：近年来，公司经过多轮战略研讨和梳理，提出“大国品牌”战略，将航空航天文化融入其中。飞亚达作为世界三大航天表品牌之一，一直致力于在产品、营销端做出自身品牌特色。从产品端来看，飞亚达陆续推出了价位段相对较高的具有航空航天特色的产品及系列，例如去年推出了马赫系列“歼-20”首飞十周年限量款，今年推出航天系列“太空人”腕表等特色产品，均取得了不错的市场反响，得到了顾客的正向反馈，对应系列产品的销售占比亦有所提升；

	<p>从营销端来看，公司也将继续加强精准营销投放，努力实现更好的经营成果。</p> <p>Q9：公司对外并购方面是否有具体方向，是否考虑收购合适的智能穿戴业务或瑞表品牌？相关标的是通过自行接洽，还是跟随股东单位的整合安排？</p> <p>A：公司对并购的方向持开放态度，最重要是围绕实际业务需求来进行探索，目前股东单位未涉及相关安排。</p> <p>Q10：公司今年在自主机心制造方面是否有推进计划，自主生产制造的机心与日本进口机心有何区别？</p> <p>A：公司前几年制定了自主机心能力提升方面的五年规划。根据规划目标，公司目前已实现了独立自主机心的小批量生产，可供部分中高端产品的小规模使用。未来将努力逐步实现自主机心、部分关键零部件的量产。公司自主研发的机心参照瑞士机心的技术标准，相对要求更高，成本也更高。</p> <p>Q11：目前国家整体在高端制造领域的实力存在提升空间，公司是否考虑在某个高端制造领域的小尺寸高精密零部件做相关布局和规划？</p> <p>A：公司精密科技业务当前仍以激光器、光通讯行业为主，也迈出了向医疗、航空航天等行业领域逐步探索的步伐。公司非常重视在精密科技领域的长远布局和发展，持续对行业上下游领域做深入盘点和研究，积极探索市场机会，如有相关进展将及时公告。</p> <p>本次交流过程中，公司严格按照相关制度规定，未泄露未公开信息。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022年3月22日