

证券代码：300577

证券简称：开润股份

安徽开润股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2024-007

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	展向资产：袁绍；咏明资管：陈上；德邻众福投资：赵强；上海聚鸣投资：胥本涛；国赞基金：郭玉磊；华宝基金：刘娇；鹏扬基金：袁天娇；上海天猗投资：曹国军；国泰基金：姜英；申万宏源证券：张立平；人保保险：贺贤杰；申银万国证券研究：李璇；长谋投资：李谦；中航证券：向正富；同犇：董智薇；上海君翼博星：汤仙君；上海睿亿投资：杨娇；佳润实业：林昱明；兴业证券：韩欣、马睿晴、赵宇；恒复：陆文驰；中国人保资管：冯骏；东海证券：龚理；甬兴证券资管：秦庆；工银瑞信基金：张玮升、陶先逸；方正证券：廖捷、沈梦杰；工商银行：吴亚雯；鑫宇投资：李小博；太平洋证券：郭彬、龚书慧；海通国际研究：丁贝渝；厦门坤易投资：郑婷；广发证券：糜韩杰；上海泾溪投资：柯伟；世纪证券：陈峰；万丰友方投资：胡江宾；华西证券：唐爽爽；国金证券：杨欣；天风证券：刘紫君、孙海洋、郑惠文；中银国际证券：杨雨钦；海南儋石：魏博；中欧基金：刘占洋；国信证券：刘佳琪；华创证券：王薇娜、周星宇、杨澜；永灵通金融：王平；招商证券：赵中平；鸿竹资管：王磊；若汐投资：曾雨成；光大证券资管：严可人；东吴证券：陈伯铭；金股证券咨询：曹志平；信达证券：张弛；长城基金：陈良栋；耶诺资管：沈雷；邦政资管：熊政；龙石资管：马婕；源乘：李婷婷；广州睿融私募：许高飞；中科沃土基金：徐伟；禾丰正则资管：汪亚；上海云门投资：俞忠华；上海贵源投资：赖正健；重庆德睿恒丰：江昕
时间	2024年4月29日下午16:30-17:30
地点	上海市松江区中心路1158号21B幢16楼
上市公司接 待人员	IR 庄慧慧 证券事务代表 闫怡潇
投资者关系 活动主要内	一、介绍公司2023年度及2024年一季度业绩情况

容介绍

2023 年, 公司代工制造业务客户面对全球经济及消费市场压力, 整体处于消化库存阶段, 对于供应商的成品采购需求有所放缓。公司依托全球化布局优势和先进生产制造能力, 在巩固箱包品类竞争优势的同时积极拓展服装品类代工业务, 加速推进新老客户份额提升, 在困境中逆势取得了行业中亮眼的增长表现。公司品牌经营业务聚焦“小米”及“90 分”品牌, 聚焦拉杆箱及包袋等出行品类产品, 受益于国内市场终端出行需求的快速释放, 公司积极推出新品、形成各渠道差异化产品矩阵, 经营业绩显著提升。2023 年, 公司实现营业收入 310,490.25 万元, 同比增长 13.28%; 实现归属于上市公司股东的净利润 11,562.19 万元, 同比增长 146.49%; 实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 13,881.30 万元, 同比增长 587.29%。

2024 年一季度, 公司实现营业收入 90,990.75 万元, 同比增长 22.92%; 实现归属于上市公司股东的净利润 7,105.75 万元, 同比增长 102.95%; 实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 7,814.64 万元, 同比增长 121.43%。创公司历史新高。

二、主要问题及回答

1、公司在代工制造业务未来的发展规划是怎样的?

答: 公司代工制造业务将继续围绕优质客户战略, 加速对关键客户的拓展, 抢占新老客户市场份额, 加强对针织面料及服装新品类的探索布局, 不断为代工制造业务带来新的订单增量。依托全球生产体系和能力的建设, 持续打造高标准的订单交付能力和交付品质, 加速数字化转型, 提升精益管理和先进制造能力, 通过系统性运作提高代工制造业务整体净利润率水平。公司代工制造业务在经营管理能力方面力争不断稳步提升, 在制度、规则、流程、体系、数字化等方面全面升级, 提升仓储管理和库存管理水平, 提升供应端生产效率及整体运营管理效率, 深化海外本地化干部制度执行落地, 打造行业经营管理能力标杆。

2、公司在品牌经营业务未来的发展规划是怎样的?

答: 公司品牌经营业务将紧跟市场趋势, 基于科学敏锐的消费者洞察, 持续推出占领用户心智、解决用户痛点、提升品牌美誉度的好产品,

	<p>聚焦拉杆箱和包袋类目，切入细分场景，强化研发设计，深化渠道布局，提升品牌推广，在外观、功能性、新材料等方面不断突破创新，引领行业新标准和新风尚。公司将强化柔性供应经营管控机制，深化全球供应链布局，完善用户运营体系，积极探索自有品牌的出海路径，基于全球各区域市场行业特征及消费偏好，通过线上跨境、线下分销、海外 KA 等渠道多措并举，快速抢占各地消费市场，逐步打造成为全球性的箱包品牌，实现品牌经营业务市场竞争优势的全面提升。</p> <p>3、公司如何应对汇率波动风险？</p> <p>答：公司密切关注汇率情况，持续对外汇风险进行监控，积极采取相应措施，加强资金筹划与管理，运用套期保值等方式应对汇率波动风险。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2024 年 4 月 29 日</p>