

证券代码：301071

证券简称：力量钻石

河南省力量钻石股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-001

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 一对一沟通
参与单位名称	中信证券、瑞士百达资管、重阳投资、中信建投、诺安基金、中金公司、财通证券、鑫鼎基金、成都私募、普行资产、海通证券、国金证券、招商证券、国寿养老、东吴证券、天风证券、圣熙资产、民生证券、宽远资产、兴业证券、中银国际、浙商证券、鑫元基金、国金自营、太平洋证券、华泰柏瑞、西南证券等机构。 (以上排名不分先后)	
时间	2024年4月24日	
地点	河南省力量钻石股份有限公司、商丘力量钻石科技中心有限公司	
上市公司接待人员姓名	董事长：邵增明 总经理：王腾吉 副总经理：周智华 董事会秘书：史地	
投资者关系活动主要内容介绍	一、现场参观 投资者参观公司展厅、生产车间，向投资者介绍公司基本情况、发展历程、主营业务、经营情况等现状。 二、董事长邵增明先生对公司2023年年度经营业绩及2024年第一季度经营业绩介绍、公司发展规划。 与2022年相比，2023年经过公司全体员工积极努力，公司的产能和规模	

持续增长，行业市占率进一步提升。

公司 2023 年全年营业收入 7.52 亿元，归属于上市公司股东的净利润 3.64 亿元；期末总资产 65.41 亿元，归属于上市公司股东的净资产 53.27 亿元。

2024 年一季度营业收入 2.38 亿元，归属于上市公司股东的净利润 1.06 亿元，同比大幅度增加。

公司 2023 年的销售额比去年 2022 年同比有所下降，利润也是同比下降，它的核心原因是因为培育钻石的价格从去年的第一季度开始出现下降，但是公司培育钻石的整体销售额和 2022 年相比相差不大，培育钻石整体的销售比例、销售数量在同比上升，同时培育钻石产品毛利率水平已逐步回归，公司在激烈的行业竞争中仍保持了较高毛利率。

2024 年第一季度业绩同比上年同期大幅增长，主要因为公司培育钻石的技术通过不断的研发取得很大的技术突破和进展。其次，公司新建的商丘力量生产基地规模较大，设备先进，给公司形成了强有力的业绩支撑。

公司自 2023 年第四季度业绩就有所增长，2024 年第一季度表现的极为明显。业绩增长的主要因素大多是培育钻石产品所产生的业绩。从个人观点来看，虽然不建议对培育钻石产品有过高预期，但未来还是坚定看好培育钻石，长远来看这个行业、这个产品是没问题的。

三、互动问答

1、压机的投入回报率大概在 10%-15%之间，行业回报率或供给端的进入目前是否已经到了一个良性和底部的状态？怎么去持续打造成本优势？

答：百分之十几的回报率也是正常状态，现在银行贷款利率二点多还在下降，但在重资产投资领域还能有这样一个状态并不常见，目前整个市场在价格大幅下降的情况下，技术进步不了、管理不能提升的企业已经分化了。

任何一个行业，从快速发展到稳步的前行，技术发展无止境。要始终保持对产品、对设备、对结构、对各方面的把握，储备出足够可以应对市场下行、市场波动的一些储备技术。

2、关于品牌建设，公司未来做品牌定位的切入口是做婚恋市场还是去做饰品市场？包括人才的引进怎么考虑？这两方面什么时间能看到？

答：品牌定位的问题，就是做一个有趣的产品，消费者接受的产品，不要给自己设框架，不局限于某一市场，结合市场的实际需求做的时候会有系列，现在完全定位市场为时过早。

人才的引入问题，我们深圳公司现已在原有的人才情况下，洽谈了一批新的人才，公司已经开始在运作。

3、之前回购了2亿左右，后面是做注销还是激励还是二级市场？

答：还没考虑好。在股价下行这一阶段，我们对公司的信心还是非常强的，我个人也进行了一些增持，并且个人是顶格的增持，另外公司回购方案1.5亿至3亿元的金额，也回购了2亿多，这也是公司及个人比较负责任的行为。

4、公司去年四季度和今年一季度业绩一直都是环比往上，公司未来增长性主要是来自于下游需求量以及扩产可占有的市场份额，想请教未来产能的规划？达产的计划？

答：产能规划在现有基础还会继续适度扩产，我们其他两块业务增长空间都相对有限，没有培育钻石增长前景那么广，所以扩大的产能还会给培育钻石。坚定看好这个行业，市场增量是往上增，随着产能扩大，只要技术不落后并且管理过的去，风口来的时候、市场快速往前走的时候，公司将是首先受益的。

我们扬州有一个工厂在建，商丘力量也有二期，这两个项目分期建设，未来主要产能就在这两个工厂。

5、香港子公司批发业务主要是针对国内市场还是海外市场？

答：香港批发整个东南亚内外都可以做。

6、公司零售端定价如何？新一年有开店目标吗？

答：公司要做一个有公信力的品牌，定价会较为合理，贴近于现在的市场价。零售店布局在北京、上海以及华东地区已经在洽谈中。

7、关于公司饰品产品的品类、颜色，包括设计，都是比较全的，这方面的全品类实力比较强，想请问现在引爆培育钻石行业零售最核心的一个点是在哪里？另外目前培育钻石价格走势是怎样的？

答：首先品牌要有自己的核心设计，现在国家提倡国货潮品，我们国人

民族自信心越来越强，我们要做中国元素的一些设计，要有设计风格，但设计的主要体系也不一定是最核心的项目，关于品牌定论问题，品牌的特点要形成自己的风格。

目前的情况下，成品价格大幅下行的可能性极低。整个加工、销售体系已经不怎么赚钱，处于一个极其微利的状态。

8、关于微粉毛利率提高原因？是否因为产品结构变化？

答：我们的客户对微粉的强度要求越来越高，我们根据客户的订单要求，要用较之前更高品级的金刚石做出强度更高的微粉，所以价格也高。

9、微粉下游大概是一个什么样的结构？

答：微粉的需求核心还是光伏行业，半导体也有，我们在整个半导体领域占比也挺多的，但是对我们整个微粉销售来说并不算多。

10、公司培育钻石要做一些整合，用什么方式去落地或者是设一些类似于切割这些工厂？

答：不设工厂，跟对方合作，未来我们中国市场培育钻石我们非常看好，未来市场会很大。

11、光伏对整个成本的影响，或者对于终端消费者对产品环保度的接受度，光伏最大的意义是体现在哪些方面？目前国内厂商做培育钻的意愿度怎样？会怎样布局零售市场做零售体系的规划？

答：绿色制造这一块，对于光伏的规划至少装到 50 兆瓦以上，每年光伏发电要达到 6000 万度左右。我们对国外销售培育钻石原石的过程中，买力量钻石的原石切割成的钻石就是纯绿色钻石。现在装光伏自己发电自用，效益更好。另外企业做到一定规模，力争主动承担一定社会责任。

关于国内下游其他公司的参与度方面，能看到决心越来越强，有些也在积极布局，没有明确表态的，我们不予猜测。但可以看到一个个品牌开始在尝试、在探索。

12、采用光伏发电可以全部消纳的话，节约电费大概是多少？

答：我们现在已有 20 兆瓦，自发自用效益很好，所以我们现在必须加大投资，未来能装太阳能的地方，我们会全部整合起来，电费会降低一大半。

13、绿色钻石如果是新能源做出来的，在出口过程中就是符合这个低碳？

	<p>这个品牌如果将来做国外市场的话，天然钻石跟培育钻石有没有什么区别？</p> <p>答：天然钻石开采会造成资源的浪费、环境的破坏，以及开采过程中对产业工人身体伤害较大，这是客观事实，但绿色能源不一样，我们这次海南消博会所展出的钻石，就是全部来自风能、电能、清洁能源生产出的钻石，是最纯粹、最纯洁、来自大自然的钻石，跟天然钻石出处形成一个鲜明的对比，给钻石赋予一个更纯粹的价值观，消费者更能接受。</p>
附件清单	无
日期	2024年4月24日