

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：2024-004

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	华安基金：张峦；中信建投证券：黄鹏；招商基金管理有限公司：况冲；方正证券股份有限公司：王炳修；天壹资本：雷芳；瓴仁投资：余瑛紫；湖南皓普私募基金管理有限公司：刘聪颖；民生加银基金管理有限公司：刘恠；无锡汇鑫投资管理中心（有限合伙）：许成；合煦智远基金：程卉超；长信：祝昱丰；光大保德信基金管理有限公司：华叶舒；光大证券：孙未未、朱浩宇；长江证券：柯睿；秉怀资产：刘争争；光证资管：徐亦钦；华泰证券资管：朱南钰
时间	2024年4月29日上午10:00-11:00
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容介绍	<p>一、介绍公司2023年度及2024年一季度业绩情况</p> <p>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%；</p>

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、2023 年公司在品牌端的主要举措是什么，2024 年品牌经营端有何发展方向？

答：2023 年，公司品牌经营业务抓住国内出行消费市场回暖的发展机会和各地文旅发展的蓬勃态势，聚焦出行拉杆箱及背包品类，重建品牌推广体系、梳理产品系列、快速推陈出新，依托品牌力及产品力快速抢占市场份额。充分结合各销售渠道的用户画像和属性特点，形成差异化产品矩阵和渠道精细化运营模式，重点抓运营成效。通过产品力、品牌力、渠道力等核心发展要素的能力打造和持续强化，提升组织效能和发展质量。报告期内，公司自有品牌扭亏为盈，经营业绩显著提升。2024 年，公司将进一步延续上述经验及优势，并将 90 分打造为全球品牌，依托优秀强悍的 2C 海外团队，积极开拓海外线上及线下分销渠道，保证品牌端高质量运营。

2、公司产能利用率是怎么样的？未来是否有产能扩建计划？

答：2023 年，公司境内滁州的产能利用率为 97.73%，境外印度、印尼的产能利用率为 79.87%。未来，公司规划按需进一步将新建产能投放在印尼、印度等具有劳动力人口优势、劳动力成本优势、进出口贸易关税优势的国家和地区。

3、90 分和小米品牌的定位和目标人群有何不同？

答：“90 分”产品主力价格带为 400 元-1000 元，主要通过天猫、京东、抖音等电商渠道为时尚青年提供高颜值、高品质、有调性的拉杆箱、包袋、生活配件等泛出行产品，并在海外通过线上跨境电商及线下分销渠道逐步打造成为全球化箱包品牌，为人们的出行提供一站式解决方案。

	“小米”产品主力价格带为 200 元-400 元，通过小米等渠道（包括小米天猫店、小米京东店、小米网、小米之家等）为年轻白领、学生等人群提供强功能性、强科技属性的拉杆箱、包袋等产品。二者在目标人群、主力价格带、销售渠道上有明显差异。
附件清单 (如有)	无
日期	2024 年 4 月 29 日