

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：2024-003

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	开源证券研究所：吕明、张霜凝；聚鸣投资：王文祥；上海睿亿投资发展中心（有限合伙）：孙世钰；上海睿亿投资：陈海华、邓跃辉；银河基金管理有限公司：施文琪；景顺长城基金：李南西；长城基金：陈良栋；国寿养老：马志强、崔恒旭；兴华基金管理有限公司：任选蓉；交银施罗德基金：高逸云；兴证全球基金管理有限公司：邹欣；信达澳银基金：曲亮；招商基金：况冲；长信基金：刘亮、祝昱丰；人保资管：冯骏；泉果基金：姜荷泽；工银瑞信：杨柯；相聚资本：唐哲；同犇投资：董智薇；深圳中天汇富基金管理有限公司：许高飞；华泰资管权益部：冯潇；天风资管：邱天；上海光大证券资产管理有限公司：江俊晨；国君资管：景健、周晨；毕盛（上海）投资管理有限公司：王家远；中信期货有限公司：康特榛；国信弘盛：杨嘉；郑州市鑫宇投资管理有限公司：李小博；东海基金：胡德军；明河投资：姚咏絮；深圳金泊投资管理有限公司：陈佳琦；沅京资本管理（北京）有限公司：李正强；佳润实业：林昱明；恒识投资：杜亮；深圳市国晖投资有限公司：吴昊龙；深圳前海汇杰达理资本有限公司：解睿；鸿运私募基金管理（海南）有限公司：张永波；信泰人寿：云昀；永灵通金融有限公司：王平；东证融汇证券资产管理有限公司：刘一霖；汇华理财投资部：陆达之；龙石资本：马婕；星泰投资管理有限公司：陈婷婷；深圳奇盛基金管理有限公司：湛红梅；渤海汇金证券资产管理有限公司：畅书瑶；杭州君煦投资管理有限公司：季诚冠；磐厚动量：张云；上海途灵资产管理有限公司：赵梓峰；深圳市明达资产管理有限公司：黄俊杰；湖南皓普私募基金管理有限公司：刘聪颖；郑州云杉投资管理有限公司：李晟；施罗德投资管理（上海）有限公司：刘佳；亚太财产保险有限公司：朱军宁；浙江朝景投资管理有限公司：叶维莹；工银国际控股有限公司：吴亚雯；兴业证券：韩欣；中泰证券：吴思涵；东吴证券：赵艺原
时间	2024年4月29日上午9:00-10:00
地点	上海市松江区中心路1158号21B幢16楼

<p>上市公司接待人员</p>	<p>IR 庄慧慧 证券事务代表 闫怡潇</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<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%；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%。</p> <p>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。</p> <p>二、主要问题及回答</p> <p>1、公司 2023 年业绩同比大幅增长的主要原因是什么？</p> <p>答：一方面代工制造端海外布局优势放大，持续巩固与优质客户的合作，不断优化客户结构及订单结构，毛利率水平及供应链端生产效率得到有效提升，2023 年公司实现箱包代工收入 197,208.53 万元，同比增长 2.59%；实现服装代工制造收入 47,144.49 万元，同比增长 70.97%；另一方面，品牌经营端大幅扭亏为盈，抓住国内出行消费市场回暖的发展机会，基于用户消费趋势洞察、新品上新、渠道精细化运营，强化品牌定位，注重运营成效，品牌经营收入 62,625.78 万元，同比增长 21.97%。</p> <p>2、公司供应链端产能的布局主要在印尼，主要优势是什么？</p> <p>答：印尼在劳动力成本、关税成本、终端消费市场潜力中具有巨大优势。在印尼政府推出的“印尼制造 4.0”计划中，纺织行业作为五大战略</p>

	<p>性行业之一，持续得到更多的资源注入和优先发展。印尼为世界第四大人口国，是东盟最大的经济体。印尼人口平均年龄较低，劳动力资源丰富，对劳动密集型的纺织制造业较为友好。印尼为 GSP（普惠制）和 RCEP 国家，关税优惠明显，在国际进出口贸易中占有较大优势。同时，印尼作为人口基数大、平均消费水平低的终端市场，全球品牌客户在印尼布局销售渠道和供应链的需求迫切。公司目前在印尼地区的产能占比超过 50%，能够充分匹配客户在供应链成本管控及市场开拓方面的需求，具有明显的先发优势，有助于公司市场份额进一步持续提升。</p> <p>3、公司在代工制造端的竞争优势是什么？</p> <p>答：公司制造端的需求与供应均来自全球，不受单一国家区域限制，聚焦箱包及服装品类，锚定“大客户”战略，与耐克、阿迪达斯、迪卡侬、VF 集团、彪马、优衣库等全球知名运动休闲品牌保持良好合作，依托印尼、中国、印度的差异化全球产能布局不断提升新老客户订单份额。同时，通过数字化提升及精益管理，加强供应链成本竞争优势，持续巩固并提升行业竞争优势。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2024 年 4 月 29 日</p>