

证券代码：002345

证券简称：潮宏基

广东潮宏基实业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20240828

投资者关系 活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>电话会议</u>
参与单位名称及人员姓名	国泰君安证券、光大证券、广发证券、海通证券、开源证券、申银万国证券、华泰证券、国海证券、天风证券、兴业证券、中信建投证券、东方证券、国信证券、华创证券、西南证券、中信证券、华福证券、华鑫证券、东北证券、西部证券、东方财富证券、财通证券、东吴证券、国元证券、华西证券、浙商证券、中泰证券、摩根大通证券(中国)、中国国际金融、长江证券、信达证券、德邦证券、方正证券、山西证券、招商证券、国金证券、民生证券、太平洋证券、国联基金、汇百川基金、鹏扬基金、汇添富基金、银河基金、中航信托、南方基金承珞（上海）投资、九祥资管、敦和资管、麦高证券、上海拾贝能信、鸿运基金、杭州立元投资、上海金舆资管、上海彤源发展、前海承势资本、北京源峰基金、深圳量度资本、北京乐雪、东证融汇资管、阳光资管、保银资管、马来西亚国库、上海国际信托、星泰投资、弘章投资基金、杭州长谋、源信资产、四海圆通投资、粤佛基金(武汉)等共 96 人
时间	2024 年 8 月 28 日

地点	公司会议室
上市公司接待人员	公司董事、副总裁兼董事会秘书 徐俊雄 公司财务总监 苏旭东 公司证券事务代表 林育昊
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">一、公司介绍 2024 年半年度报告经营情况</p> <p>2024 上半年公司实现营业收入 34.31 亿元，同比增长 14.15%，归母净利润 2.29 亿元，同比增长 10.04%，尤为亮眼的是，第二季度净利润增速达到 17%。上半年公司取得 3.4 亿的经营性现金流，持续保持健康的财务流动性和良好的发展态势。</p> <p>公司在现阶段的市场环境下，仍能取得双位数的增长，核心归因于公司战略部署的精准执行与高效落地。外延方面，公司加快加盟拓展，拓店节奏快于原计划，截至 6 月底潮宏基珠宝总店数达到 1439 家，年内净增 63 家，较 2023 年 6 月底净增近 250 家，门店数量增长 20%，加盟商对于品牌与产品的认可以及开店的稳健回报是加盟店能够快速增长的最重要原因，公司正按照既定的 2025 年达到 2000 家的目标积极拓展。</p> <p>内部优化方面，公司从提升品牌力和产品力入手，使公司在终端门店的销售保持持续增长势头，上半年潮宏基珠宝门店的店均收入仍保持双位数以上的增长。在提升单店业绩方面，我们主要做了如下几方面：</p> <p>1、公司将产品力作为公司发展的核心竞争力，上半年公司进一步强化潮宏基珠宝的产品力，加强品牌印记产品的开发投入，为消费者提供更多差异化的新品系列，满足市场的多元化需求，产品力得到更好的提升。</p>

2、公司第8代花丝主题门店形象得到渠道商的高度认可，助力公司渠道拓展。公司也推动原有门店的改造升级，包括店面形象焕新、扩大营业面积等，进一步提升了顾客购物体验与门店运营效率。

3、在数字化建设方面，不断升级完善并利用数字化工具赋能，实现全渠道更高效精准的引流，加速流量与用户规模的增长，提升门店运营质量。特别是通过数字化进一步完善会员服务，提升客户的满意度和复购机会。

4、在品牌宣传方面，潮宏基珠宝聘请宋轶作为品牌新的代言人，产品宣传方面通过各平台的精准投放和高效种草，有效促进了全渠道销售转化，也强化了加盟商的信心。公司结合臻宝博物馆素材所推出的《一城一非遗·非遗艺术共创》营销项目也荣获虎啸“营销综合类金奖”，为珠宝行业唯一获此殊荣的品牌。

此外，公司通过激励体系的构建和加强培训，使团队组织能力进一步提升，在终端可见到员工的士气空前高涨，为公司各项业务的持续发展提供了保障。

随着公司整体利润和现金流的提升，公司持续加大分红力度，2024年半年度拟派息0.1元/股，加上2023年度派息0.25元/股，一年内两次派息累计已达0.35元/股，按照8月27日的收盘价计算，股息率已达8.6%，彰显了公司对未来发展的信心与对股东价值的重视。公司的稳健增长及持续分红，预计公司的净资产回报率也将稳步提升。

二、问答环节

1、公司在上半年是如何应对经济环境并寻找确定性机会的？加盟业务增速较快能否保持持续性？

答：面对上半年经济环境的诸多不确定性，公司坚持原有的策略，重点在于产品力提升和渠道拓展上寻求机会。

其中，公司加盟业务快速增长主要得益于同店业绩的持续提升与开店节奏的加快，加盟商对于品牌与产品的认可以及开店的稳健回报是加盟店能够快速增长的最重要原因。目前市场仍存在较多的空白区域与潜力区域，基于稳定的开店回报，公司有信心能实现渠道的持续快速扩张。

2、公司品牌授权及加盟服务的收费标准？半年度加盟商传统黄金产品与一口价产品的自采提货额是多少？

答：公司传统（克重）黄金产品的品牌使用费率在年初有进行一次调整，目前保持稳定；加盟商传统黄金产品自采比例相对稳定，而一口价黄金产品自采比例占比同比则是大幅下降的，主要是公司在上半年加强品牌印记产品的开发，加盟商相关产品采购较多，这也反映了公司自主开发的一口价产品的产品力得到终端消费者和加盟商的高度认可。

3、在当前市场环境下，为什么顾客更倾向于购买一口价黄金产品？二季度珠宝社零增速承压，而公司整体业绩优于大盘的现象，您认为主要原因是什么？

答：潮宏基定位于时尚珠宝品牌，吸引了一部分对审美要求较高且注重产品设计感的顾客。这一客群，也正是公司一直以来维系的以 25-45 岁都市女性为主的核心客群。

公司拥有高达 2000 万的用户基础，同时，在产品力和优质的服务体系的支持下，潮宏基会员复购贡献占比达 50%，这一

	<p>稳定且活跃的会员群体不仅为公司贡献了持续的销售增长，还通过口碑传播吸引了更多新顾客，形成了良性循环。公司通过品牌差异化定位、高复购率会员体系、产品创新与品质保证以及精准营销策略等多方面的努力，实现了上半年业绩的稳健增长。</p> <p>4、海外业务布局及规划情况如何？</p> <p>答：长期以来，潮宏基珠宝专注于国内市场的精细耕耘与品牌建设，积累了丰富的行业经验与品牌资产。随着全球化进程的加速与品牌影响力的不断提升，今年潮宏基珠宝正式迈出了海外拓展的重要一步，海外首店正式入驻马来西亚吉隆坡的标志性购物中心「IOI CITY MALL」，并计划在 8 月 31 日正式开业。</p> <p>各方还就门店拓展情况、新品规划、女包业务、培育钻业务等内容进行了交流，可参阅公司已披露公告和前次活动记录表之问答。</p> <p>交流过程中严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单	无
日期	2024 年 8 月 28 日