

证券代码：300979

证券简称：华利集团

中山华利实业集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-030

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姓名	线上：富达国际-杨扬阳、董如枫、盛楠 线下：富达国际-孙熙杰
时间	2024年9月26日
地点	线上：Zoom 线下：中山
上市公司接待人员姓名	董事会秘书方玲玲
投资者关系活动主要内容介绍	<p>参加公司组织的调研活动（线下）的来访人员按深交所规定签署了《承诺书》。</p> <p>投资者与公司的交流情况：</p> <p>Q：公司对未来两年订单的展望如何？</p> <p>A：公司每年年底才会做次年比较详细的预算。公司客户相对多元，不同客户的营收增速有较大差异。对于营收增速较高的客户，公司来自该客户的订单也是快速成长；有的客户虽然暂时营收增速一般甚至下滑，公司在这些客户的供应链中具备较强的竞争力，订单份额得以保障；此外，公司持续拓展新客户，新增的客户以及新客户合作的深入，都是公司业绩稳健成长的重要保障。因此我们对未来两年的业绩充满信心。</p> <p>Q：目前公司订单的可见度情况？</p> <p>A：客户跟公司季前会沟通预告订单，每个月有固定的下单日下达正式订单，通常一个月下单1次或2次。同时，公司与品牌方会召开产能规划会议，对中长期的产能需求进行讨论、规划，以便公司提前做好产能准备。由于国际政治、经济形势复杂，以及消费者偏好的变化，品牌会定期跟公司更新预告订单。公司也有专门的机制跟进客户预告订单的变动，做好产能弹性的安排。</p> <p>Q：公司未来毛利率展望？</p> <p>A：未来只要公司订单不出现大幅度的波动，公司毛利率会比较稳定。公司成立多年，经历过多轮次的经济周期，公司有许多很成熟的预案来应对大环境的顺境和逆境，尽量保障订单稳定。</p>

Q：公司单价变动的的原因？未来单价变动趋势？

A：公司服务的品牌，销售单价差距比较大，不同品牌占比的波动，会直接影响公司的平均单价的波动。公司平均单价的变化与客户组合、产品组合的变化有关。未来平均单价的情况，要根据各品牌具体的营收变动情况来判断。

Q：单价对毛利率的影响？不同品牌之间的毛利率差异如何？

A：公司目前合作的品牌的定价模式差不多，都是成本加成的定价模式（在所有原材料成本、人工、管销费用基础上，加上净利率），从定价模式上看，不同单价的订单的毛利率、净利率差异不大。但是在实际运营中，不同型体的订单规模有差异，生产工艺也有差异，每个工厂、车间的生产效率也存在差异，因此不同品牌最后呈现的毛利率、净利率会有差异。每个工厂、每个品牌实际的毛利率、净利率跟订单规模、营运效率有很大的关系。

Q：印尼工厂一期和二期的产能规模有多少？

A：印尼两期工厂预计产能合计 5000-6000 万双/年，陆续建设、逐步投产。

Q：除了越南、印尼外，未来公司在其他区域的产能规划？

A：目前公司主要生产基地位于越南，印尼的成品鞋工厂已于 2024 年上半年开始投产。制鞋业是劳动密集型产业，产品主要销售到欧美等海外地区，工厂选址会综合考虑劳动力资源丰富、海运及物流便利、当地营商环境、国际贸易环境等多方面因素。综合多种因素，公司计划在印尼建设较大规模的产能基地，建设方案也会事先跟客户沟通。未来 3-5 年，公司主要还是在印尼及越南新建数个工厂。

Q：未来几年公司资本开支计划？

A：考虑到客户订单的需求，未来几年公司仍会保持积极的产能扩张，公司将在印尼及越南新建数个工厂。过去三年公司资本开支每年大约在 11-17 亿人民币，预计未来几年基本保持持平。

Q：公司未来几年还是资本开支的高峰期，未来分红方面，公司的考虑如何？

A：公司重视股东投资回报，2021 年度进行了两次分红（2021 年中期及 2021 年年度），现金分红合计占全年净利润比例约 89%；2022 年年度现金分红占净利润比例达 43%；2023 年年度现金分红占净利润比例约 44%。公司利润分配政策，会兼顾股东利益和公司

发展的需要，未来几年还是资金开支的高峰期，但是随着公司规模扩大，预计资本开支占净利润的比例会逐渐减少，在满足资本开支、合理日常运营资金外，公司会尽可能多分红。

Q：公司的客户和产品结构比较多元，未来公司的产品品类变化趋势？

A：公司的运动鞋品类主要是跑步类、户外运动类等运动系列以及时尚休闲类运动鞋为主，客户也是运动休闲类的品牌客户为主，产品策略和客户策略都没有发生较大变化。公司实行多客户模式，客户和产品风格比较多元，使得公司能够掌握市场动态，同时公司拥有业界最为全面的制鞋工艺技术和流程，开发能力和量产能力有明显优势，能够满足客户多元化需求。

Q：怎么看未来鞋履制造商的竞争格局？

A：运动鞋属于生活必需品及易耗品，并且，消费者追求舒适、健康、运动的生活方式没有发生变化，运动鞋市场仍有稳健的扩张空间。由于运动鞋的开发周期长、需要比较长时间的经验的积累和沉淀，并且量产管理的难度也比较大，目前的行业格局相对稳定，难以有很大规模的新进入者。公司实行多客户模式，客户和产品风格比较多元，使得公司能够掌握市场动态，满足客户多元化需求，同时，公司拥有业界最为全面的制鞋工艺技术和流程，开发能力和量产能力有明显优势。最近几年，公司销售收入保持快速增长，因此公司市场份额也在不断提升，即使在 2023 年去库存的逆境下，公司也保持了收入的相对稳定。