

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：2025-007

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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	详见附件一
时间	2025年4月10日、2025年4月11日
地点	线上：腾讯会议 线下：中山
上市公司接待人员姓名	董事长张聪渊、副董事长兼执行长张志邦、副董事长兼副总经理徐敬宗、总经理刘淑娟、副总经理张文馨、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：2025年4月2日，美国宣布对越南进口产品征收46%的关税，对印尼征收32%的关税。公司对美国的销售占比有多少？公司产能布局在越南和印尼等地区，特朗普加征关税对公司的影响？</p> <p>A：关于销售收入：公司年报披露的销售收入是按客户总部所在地进行的划分，比如公司来自 Nike 的收入全部统计在美国地区，来自 Puma 的收入全部统计在欧洲地区。美国是全球最大的运动鞋消费市场，我们预估美国市场约占公司销售收入的4成左右。关于美国对等关税的影响：第一，对等关税政策怎么落地待观察，目前越南等国家与美国在积极沟通、谈判，具体的关税落地还需等后续的信息。第二，以往关税都是由品牌客户（进口商）承担。这次关税如果大幅提升，品牌客户若全部或大部分转嫁给消费者，很可能会影响部分消费者的购买意愿。品牌客户也可能会与运动鞋制造商讨论成本问题，但是制造商的净利润空间有限，不同盈利能力的制造商面临的压力会有差异。第三，公司已经根据美国对越南的关税加征的不同情况，拟定了不同的应对方案，并与客户保持密切的沟通。</p> <p>Q：美国原定于2025年4月9日对越南生效的46%惩罚性关税现已延迟90天实施，在此背景下，想请教一下，这是否会引发客户在第二季度出现抢出口的情况？</p> <p>A：目前客户没有取消、减少订单的情况，公司也没有收到客户调整出货计划的通知。公司目前订单正常，各工厂均正常生产，保证按期交付。</p>

Q: 当前全球贸易环境不确定性显著加剧, 在此背景下, 公司印尼新工厂建设的推进速度还会按既定节奏进行吗? 公司已在越南、印尼等地布局产能, 后续产能分布规划, 是否会依据当前贸易环境进行调整, 还是延续原方案?

A: 第一, 针对运动鞋等生活日用品加征高额进口关税, 政策能否持续以及能否顺利落地存在诸多不确定性, 公司暂时不会根据这种不确定性调整战略; 第二, 运动鞋制造基地的选择要综合评估当地的劳动力资源、原材料配套以及港口条件等, 目前除越南外, 印尼是非常适合投资制鞋工厂的国家。目前关税政策情况不明朗, 短期内公司不会对公司整体产能布局做大的改动, 印尼新工厂建设仍会保持既定节奏, 今年我们在印尼将有几个新工厂投产。

Q: 公司在原材料采购中来自中国大陆的比例是多少? 如果越南对进口中国的原材料加征关税, 是否会推高产品的生产成本?

A: 近年来, 运动鞋原材料制造商逐步从中国大陆向越南、印度尼西亚、柬埔寨、印度等东南亚和南亚国家转移。2024 年度, 越南工厂所需的原材料, 从越南当地采购的金额已经超过公司原材料采购总额的 50%, 而来自中国大陆的原材料占比降至约 30%, 其余部分则来自中国台湾、韩国等地。公司的越南工厂是来料加工的模式, 即越南工厂接受公司香港子公司提供的原材料并按照要求加工, 越南工厂仅收取加工费, 来料加工进口原材料是免税进口, 企业需向越南海关申报原材料的库存及使用情况。

Q: 公司的超临界发泡中底目前在行业内的技术水平处于何种地位? 当前具体产能规模? 目前哪些品牌已经采用了该技术? 以及未来公司与这些品牌在超临界发泡技术应用方面, 是否有进一步深化合作的计划和潜力?

A: 目前, 超临界物理发泡中底技术主要运用于慢跑鞋领域, 公司的超临界物理发泡中底工厂已在 2024 年开始投产, 性能和品质在业界属于比较领先的水平, 已经量产的型体收获了客户的高度好评。目前, 有好几个生产跑鞋的品牌对该材料表现出浓厚兴趣, 部分品牌已经与公司展开合作。公司开发、生产的超临界物理发泡中底产能较为紧张, 公司将会继续投资扩大产能。

Q: 公司在行业内盈利能力相对较好, 然而, 当下特朗普加征关税这一政策举措给市场带来了较大的不确定性, 这么高的净利润是否会成为客户与公司价格谈判的重要因素?

A: 即使没有加征关税, 客户每年都会跟制造商讨论产品成本。公司运动鞋的定价模式是成本加成的定价模式 (在所有原材料成本、人工、营销费用基础上, 加上净利率), 公

司的成本费用对客户非常透明。目前制造商与品牌的报价按离岸价计算，海运和关税成本由品牌承担，历史多轮贸易摩擦中供应商也未曾分担过关税成本。因为运动鞋从出厂价到零售价，产品加价倍数高，制造商利润金额低，本身承担能力有限，而优质供应商提供的高质量的品控和可靠的交期对品牌提升商品流通环节的效率有更大意义，并且运动鞋行业的优质产能也比较紧缺。总之，公司会与客户保持密切沟通，共同商议解决方案。

Q：公司毛利率和净利率比其他公司高很多，未来中长期能够继续维持吗？

A：2021年以来，公司净利率基本在15%-16%左右。公司净利率基本保持平稳，体现了公司在行业波动、营收变动情况下对成本、费用的管控比较有效。公司不断优化管理模式和运营流程，形成了一套标准化且有效的管理运营系统。事业部（群）会设定绩效指标，同时公司按照业务规模拟定预算安排，对成本、费用进行管控，每个月对每家工厂都会检视成本、费用的实际执行情况，了解每家工厂的生产效率波动情况，及时发现问题、及时解决问题，并不断改善优化。公司内部管理扁平化、对接畅通。即使在大环境非常不好的2020年、2023年，公司依然做到了盈利水平的稳定。公司未来将持续推进客户结构的优化和运营效率的提高，希望未来公司毛利率能保持稳定或提升，期间费用也能管控到位，保证净利率在合理水平。

Q：在不考虑关税影响的前提下，公司对2025年订单的展望如何？

A：公司客户相对多元，大多数客户都是上市公司。从各客户披露的业绩指引来看，多数客户业绩保持成长，也有少数客户的终端销售增速不太好。公司在去年年底已经跟客户讨论今年的订单预算，公司会根据不同客户的订单增长情况合理调配资源。从目前来看，各品牌的实际订单跟订单预计没有发生较大的差异，我们对2025年的业绩充满信心。当然，我们也会密切关注关税政策，优化我们的应对预案。

Q：在不考虑关税的情况下，对2025年公司平均单价的展望如何？

A：平均单价的变化与客户组合、产品组合的变化有关。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。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。平均单价的变动与公司毛利率变动、营业收入的变动的相关性比较小。

Q：未来公司是否会考虑往上游延伸原材料业务？

A：运动鞋的原材料类别比较多，比如各类皮革、纺织布料、橡胶等化工料、包装材料

等，大多数原材料已经有比较成熟的供应链体系，直接采购的成本控制和交付都比较便捷。随着公司实力的增强，对重要新材料，公司也会投入资源进行研发。未来如果行业趋势发生变化，有利于制鞋厂家参与原材料制造，公司也会顺应行业趋势。

Q：制鞋行业是一个典型的劳动密集型产业，从中长期的角度来看，公司在人员管理规模上是否会存在上限？

A：在管理上，我们是总部+事业部（群）的模式，通常一个独立的客户对应一个事业部（群），事业部（群）下设开发业务中心和生产中心（量产工厂）。事业部（群）负责业务拓展、客户关系维护、产品开发和量产等，每个品牌订单和产量增加只是相应的增加事业部（群）的工厂的数量和规模；新增的品牌，在品牌的订单数量达到一定量级，会单独设立事业部（群）。总部部门主要包括采购部门、财务部门、人资部门等。目前的管理模式，应该可以容纳比较高的产能增加，不论是品牌的增加还是订单的增加。随着印尼工厂的逐步投产，公司也在不断优化管理模式和运营流程。

Q：制鞋行业属于劳动密集型产业，未来，运动鞋制造行业能实现全自动化吗？

A：运动鞋款式多、码数多，工序多，材料种类多，并且主要材料都比较柔软，这些特点让运动鞋生产的全自动化有一定难度。随着客户设计和公司产品开发更适应自动化，以及设备商的技术能力改进，自动化水平提升是一个不断完善的过程。比如 2024 年，我们引进了超过 500 台龙门式智能裁切机，同时引进了 4 条自动化成型线。通过定制化设备、夹制具的改进等，减少人工工时或对熟练工的依赖，提高生产效率。

Q：公司吸引客户合作的核心竞争力是什么？

A：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。在品质、交期、技术能力、成本控制、劳工及社会责任等客户对供应商的例行评价上，公司的表现都很好，在行业口碑也很好，吸引新客户主动找公司合作。最近几年，公司销售收入保持高于行业的增长，因此公司市场份额也在不断提升。

Q：未来公司在除了越南、印尼外其他区域的产能规划？

A：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。客户也会基于供应链的长远考虑，要求制造商在指定区域建设产能。公司会综合以上因素，确定产能布局策略。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。未来 3-5 年，公司主要还是在印尼及越南新建数个工厂，也会考虑在其他区域布局。

Q：2024 年，董事会审议通过的利润分配预案，将现金分红比例提高至约 70%，请问未来的分红比例是否会保持稳定？

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 年年度现金分红金额占净利润比例达 43%；2023 年年度现金分红金额占净利润比例约 44%；2024 年，董事会审议通过的利润分配预案，现金分红金额占净利润比例约 70%。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。但是公司已经积累了较高的未分配利润（2024 年末合并报表未分配利润金额为 104 亿人民币），公司现金流也非常好。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。

附件一：

国联民生证券-高旭和、华思怡，摩根士丹利-程世维、丁于娟，天风证券-孙海洋、刘贝，高盛亚洲-阮昕宇、戴婉菁、郑絮云、陈芷茵，方正证券-陈佳妮，国金证券-杨欣、杨雨钦，国盛证券-杨莹、侯子夜，海通国际-寇媛媛，太平洋证券-龚书慧、郭彬，大和证券-黎家禧、陈斯曼、聂卓非，中金公司-宋习缘、陈婕、林骥川，开源证券-张霜凝，长江证券-魏杏梓、于旭辉、陈纪豪，华兴证券-王云吟，中泰证券-邹文婕、张潇，银河证券-郝帅，中信证券-郑一鸣，兴业证券-赵宇，花旗环球金融-蔡一菁，东方证券-朱炎、施红梅，招商证券-刘丽、王梓旭，光大证券-孙未未、朱洁宇，麦格理-张俊华，汇丰香港-阎颖佳，华西证券-唐爽爽，中信建投证券-叶乐、张舒怡，国信证券-刘佳琪、丁诗洁，西部证券-吴岑，东北证券-刘家薇、苏浩洋，广发证券-董建芳、糜韩杰，华鑫证券-卫正，中邮证券-李媛媛，申万宏源-王立平、求佳峰，山西证券-孙萌、王冯，中信证券-张政、冯重光，浙商证券-邹国强、詹陆雨，东方财富证券-韩欣，国泰海通-曹冬青、盛开、钟启辉，华泰证券-曾令仪，华福证券-李施璇，广发基金-龚路成、陈樱子、观富钦、田文舟、樊力谨，汇添富基金-杨璠、费海墅、田立、温琪、张晟优、周晗，易方达基金-郭杰、黄逸群、柳俊祥、张璐婷，富国基金-赵伟、肖威兵、毛联永、曹晋、唐颐恒、彭陈晨、赵宗俊、方竹静，工银瑞信基金-万力实，鹏华基金-刘偲圣、伍璇、朱睿、孟昊，慎知资产-金戈，交银施罗德基金-高逸云、韩威俊，Point72-丛蓉、王依菲、樊晓阳、宋星琦、秦晴，拾贝资产-辜上轩，博时基金-王诗瑶、李佳，东证资管-孟博，南方基金-邵康，银华基金-周晶，永赢基金-安慧丽，招商基金-曾子潇、虞秀兰，平安资管-范自彬，前海永诚资产-叶贤萍，永诚资本-王子森，华泰证券-杨耀，汇丰前海证券-薛丹彬，前海人寿-李克强，深圳市中凡咨询有限公司-李嘉峻，中信证券-张政，摩根基金-刘健，国君资管-冯自力，银河基金-于嘉馨，南方东英-余一鸣、褚宇晴，长城基金-杨宇、柴程森，宝盈基金-李巍宇，景顺长城基金-邓敬东、孙雪琬，诺安基金-王月，泓德基金-秦臻