

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：20250429

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐一对一沟通 ☒其他 <u>电话会议</u>
参与单位名称及人员姓名	华福证券；红塔证券；开源证券；国盛证券；东方证券；东兴证券；东北证券；华泰证券；国泰海通证券；西部证券；华创证券；东方财富证券；汇丰前海证券；东吴证券；财通证券；国信证券；国元证券；华西证券；浙商证券；爱建证券；摩根大通证券；中国国际金融；长江证券；兴业证券；德邦证券；信达证券；万联证券；申万宏源证券；山西证券；方正证券；中信证券；招商证券；天风证券；中邮证券；平安证券；国海证券；国金证券；民生证券；广发证券；太平洋证券；国联证券；中信建投证券；朱雀基金；宏利基金；中海基金；长盛基金；华泰柏瑞基金；泉果基金；中融基金管理；嘉实基金；中欧基金；华宝基金；华富基金；兴华基金；长安基金；红土创新基金；施罗德基金；汇百川基金；信达澳亚基金；长信基金；博道基金；新华基金；汇丰晋信基金；鹏扬基金；同泰基金；华商基金；富国基金；西部利得基金；鹏华基金；摩根基金(中国)；东方阿尔法基金；东证融汇资管；甬兴证券资管；太平洋保险；国华兴益资管；新华资管；兴证国际；亚太财险；国富人寿；复星恒利资管；太平养老；富瑞金融；GoldenNest；HorizonAsset；云富投资；远东宏信；高盛资管(香港)；阿里巴巴；3W 基金；麦格理资本；Point72HongKong；保银资管；中国外贸信托；北京信托；上海国际信托；中胤信弘投资；星泰投资；君汇私募；华强鼎信；西证创新投资；雷钧私募；朴一资本；沅沛投资；北京清和泉资管；和谕私募基金；深圳羊角基金；同犇投资；鸿运私募基金；上海景林资管；厦门坤易投资；原泽私募基金；深圳兴亿投资；观富资管；北京星石资管；杭州正鑫私募；沅京资本管理；嘉恒私募基金；鸿竹资管；盛宇投资；敦颐资管；南京璟恒投资；上海保银私募；神农投资北京；

	上海君牛私募；上海鼎锋资管；湖南源乘私募；盘京投资；理成资管；上海长见投资；上海五中私募；深圳凯丰投资；深圳锐意资本；北京泓澄资管；威廉欧奈尔；上海泾溪投资；上海彤源发展；雪石资管；正圆私募基金；上海聚鸣投资；海南和谕基金；北京禧悦私募；宁波三登投资；上海彤泰私募；北京泽铭投资；邦客资管；西藏银帆投资；上海磐厚动量；广州泓阔基金；趣时资管；上海金與资管；彬元资管；上海非马资管；上海景富投资 等共 218 人
时间	2025 年 4 月 29 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员	董事、副总裁 徐俊雄 董事会秘书 林育昊 财务总监 陈述峰
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司介绍 2024 年度报告及 2025 年第一季度报告经营情况； 二、问答环节： 1、一季度净利增速快于收入，比较超大家的预期，请问背后的原因是什么？ 答：潮宏基一直坚持打造最受年轻人喜欢的东方时尚品牌，围绕这个品牌战略定位，我们一直在产品力上坚持差异化，近几年产品力优势辅以终端精细化运营，逐渐凸显出效果，在一季度也有比较好的表现。相信我们继续坚持这个战略定位，未来应该长期能继续保持优于市场的表现。我们的信心来自于四个方面：一是来自于我们的顾客。我们的产品得到越来越多消费者的高度认可；第二是来自于我们一线的小伙伴，这两年我们能够感受到终端员工的士气越来越高昂，不断挑战自我，销售不断创新高，不断挑战同场排位；第三是来自于渠道客户。潮宏基东方时尚的风格获得购物中心等渠道客户的肯定，受到他们欢迎，例如，万象系我们已基本全面合作，去年以来也先后入驻北京、西安、成都、武汉等地的SKP；第四也是最重要的，来自于我们加盟商合作伙伴。随着公司稳步发展，加盟商对潮宏基珠宝品牌的信心越来越强，

	更是吸引了很多市场同行希望成为我们的合作伙伴。 2、潮宏基从K金为主到发展足金为主，现在也在发展Soufflé臻这些多元化的品牌，想请教新一年公司的品牌战略？ 答：2025年，外部环境仍然是复杂多变的，公司将以审慎、回归、进取为基调，积极应对市场变化，全力把握发展机遇，围绕“聚焦主业、1+N品牌、全渠道营销、国际化”的核心战略，在主营业务发展上，主要以持续提升产品力、保持产品优势以及做好精细化运营管理提升单店业绩作为两大抓手，以精细化运营和数字化赋能为驱动，不断夯实品牌核心竞争力。通过1+N品牌矩阵战略满足不同的消费需求和场景，扩大公司成长空间；对线上线下、不同平台、不同区域、不同模式的渠道统一规划，相互贯通，相互引流，开成全渠道营销；加速海外市场布局，通过品牌出海为公司中长期发展战略打下基础。 3、潮宏基在产品开发和品牌建设方面有哪些亮点？潮宏基在门店拓展和国际化战略方面进展如何？ 答：在产品开发上，潮宏基在2024年坚持围绕时尚核心客群，强化公司产品优势，通过非遗创新和流行IP打造差异化产品大类，如花丝系列、串珠编绳、哆啦A梦、三丽鸥等IP产品以及梵华、臻金臻钻等古法金产品，均受到客户喜爱。在品牌建设方面，报告期内推出了移动博物馆新概念店升级门店形象，更换代言人，在平台广告投放上更加精准，有效提升了潮宏基珠宝的品牌力。尽管2024年行业出现较大的闭店潮，但潮宏基在2024年总店数仍较年初净增加了129家，保持较快的增长速度。此外，潮宏基成功实现了首次出海，先后在马来西亚吉隆坡和泰国曼谷开设了门店，启动了潮宏基珠宝的国际化战略，为未来业绩增长打开了空间。 4、公司产品端从去年梵华、臻金臻钻，到今年故宫、御青瓷等等，线上线下都很火爆，请教下公司在产品开发设计上是什么样的机制？产品开发的思路是什么？ 答：公司产品开发主要依靠系统化的管理和比较科学的流程，
--	---

潮宏基珠宝本着“好产品+好服务+好宣传”，做到用户导向，以用户为中心，把握消费者喜好，满足需要，围绕客户的消费场景去提炼挖掘需求元素，以内部设计团队和外部设计师相结合的协同开发体系，同时辅以科学的新品上市管理流程，构建并维护潮宏基差异化产品竞争力。

5、潮宏基后续在分红方面的大致预期是什么？

答：我们基本是坚持稳定增长的股利政策，因为公司的现金流一直相对健康，会维持相对稳定的每股分红金额，未来随着公司规模扩大和业绩增长，相信会逐渐提升。

6、潮宏基线上业务今年的预期如何？

答：珠宝业务属于体验式消费，目前销售仍以线下门店为主。线上业务，包括珠宝或女包，我们线上业务策略一直在做调整，从品牌一致性和全网营销方面去发力，在品牌价值协同、盈利水平提升方面有更高的要求，我们判断已经过了前几年冲量的阶段，现阶段我们策略主要是从运营质量上提更高的要求。

7、对比今年一季度和去年四季度，毛利率提升较大的原因是什么？

答：从去年特别是第四季度以来，公司终端产品的结构趋于稳定，高毛利产品占比下降趋势得到遏制，加盟业务通过收取品牌使用费方式结算的部分业务提升也拉高了毛利率。

8、潮宏基珠宝目前已开海外门店的销售情况，2025年海外门店有什么规划？

答：潮宏基去年在东南亚开了两家门店，整体表现挺好，虽然在当地作为一个新的品牌，很快已经成为商场排位靠前的品牌了，也让我们看到了较好的市场机会，未来我们会逐步加速海外市场的布局。

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。

附件清单	无
日期	2025 年 4 月 29 日