

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：2025-025

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 ☐ 其他
参与单位名称及人员姓名	详见附件一
时间	2025年11月3日、2025年11月4日、2025年11月5日
地点	线下：中山 线上：腾讯会议
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	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》。 投资者与公司的交流情况： 问：美国新的关税政策下，客户是否要求制造商分担关税成本？目前有什么新的进展？ 答：美国是运动鞋重要的消费市场，美国进口关税税率上调，会增加客户销往美国市场的关税成本，但是客户销往非美国地区的关税不会有影响。以往关税都是由品牌客户（进口商）承担，关税成本最终会传导至消费者。订单状况对品牌、制造商、材料商等整个产业链都会有影响。品牌客户、制造商和材料商会共同探讨关税带来的成本问题，比如可以从原材料采购、制造工艺等多环节、多维度探讨成本费用的优化方案。成本和费用控制一直是公司运营中非常关注的问题，公司将密切关注关税政策动态，并与客户、供应商保持紧密沟通。 问：随着新工厂的运营逐步成熟以及各工厂降本增效措施的推进，公司 2025 年第三季度毛利率已较第二季度有所改善，请问第四季度毛利率环比第三季度会进一步提升吗？ 答：今年以来，由于较多新工厂处于爬坡阶段以及产能调配安排，公司整体毛利率较去年同期有所下滑。今年第三季度，公司持续推进上半年确定的主要工作，重点关注新工厂的运营改善和各工厂的降本增效措施的落实，2024 年投产的 4 家运动鞋量产工厂，已经有 3 家工厂在该报告期达成阶段性考核目标（内部核算口径实现盈利），其中包括公司在印尼开设的第一家工厂印尼世川。目前公司降本增效措施正有序推进，同时新工厂的运营也在逐步成熟，公司管理层和各部门每个月都会对工厂的运营效率进行检讨，针对性地解决问题。

问：2025 年第三季度平均单价同比去年是增长的，但销量同比去年有所下降，核心驱动平均单价上涨的原因是什么？是我们主动调控的结果，还是通过优化产品客户结构实现的？

答：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。同时，同一品牌客户的每年的产品类别也会有变动，导致不同价格区间产品占比的波动，也会导致平均单价的波动。公司执行的是多元化的品牌策略，不断在引进新的客户，同时在优化客户结构和产品结构，这些都会影响公司的平均单价。平均单价的变动趋势跟公司营业收入的变动趋势、毛利率的变动趋势相关性很小。

问：今年公司利息支出同比去年增加比较多的原因？

答：公司今年利息支出增加较多，主要是短期借款金额同比有所上升。公司日常经营中使用美元、越南盾、新台币、人民币、印尼盾等币种，各币种的存贷款利率情况有差别，公司会根据业务运营的资金需求统筹资金安排，提高资金效率；而去年借款余额相对较小，因此今年短期借款的增加直接导致了利息支出的增加。

问：公司阿迪达斯的几个工厂产能爬坡情况怎样？目前订单情况如何？

答：公司为阿迪达斯在越南、印尼和中国均开设了专属工厂，正式订单与预告订单差异不大，这几个工厂的出货情况基本按规划在进行，没有出现大的异常。

问：公司现在的产能利用率情况如何？

答：公司的产能有一定的弹性，每年具体的产能的配置将根据当年订单情况进行调整。公司在设定目标产能时，是根据工厂的目前所处的阶段、接单型体的情况等来设置，比如还在投产初期的新工厂，目标产能根据新工厂目前的产线数量、员工熟练度来设置。故公司会根据订单情况，合理调配产线投产进度、员工人数等，将产能利用率维持在较高的水平。

问：当前印尼工厂正处于爬坡阶段，若未来达到成熟运营状态，其利润率是否与越南工厂不会存在差异？

答：印尼是制鞋业大国，很多运动鞋制造商在印尼开设了工厂。公司实控人之前在印尼也开过制鞋工厂，公司也有在印尼工作过的工厂管理人员，所以印尼对公司不是陌生的环境。2025 年第三季度，公司在印尼的第一家工厂（印尼世川）已达成阶段性考核目标（内部核算口径实现盈利）。印尼与越南相比，虽然在文化、员工经验等方面有差异，

但是印尼在劳动力供应、用工成本上有优势，公司针对印尼的特点调整管理细节，从目前印尼工厂的运营情况和当前爬坡阶段的表现，管理团队对印尼工厂成熟后的盈利能力很有信心。

问：在客户面对多个运动鞋制造厂商可供选择的情况下，公司凭借哪些核心优势吸引客户达成合作？

答：运动鞋制造商目前以台资厂、韩国厂为主，且头部鞋厂均为有几十年制鞋经验的老厂，各个鞋厂基本都形成了相对稳定的客户结构。华利集团实行多客户模式，并且在不断的优化客户结构、拓展新客户。公司的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，公司综合表现都很好，在行业口碑也很好，吸引新客户主动找公司合作。

问：公司未来几年的产能规划如何？

答：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。2024年投产的4家运动鞋量产工厂，2025年1-9月，已经有3家工厂达成阶段性考核目标（内部核算口径实现盈利），其中包括公司在印尼开设的第一家工厂印尼世川。未来3-5年，公司主要将在印尼新建工厂并尽快投产，具体的工厂投产进度公司将及时披露。公司的产能除了通过新建工厂、设备更新提升产能外，还可以通过员工人数和加班时间的控制保持一定的弹性，每年具体的产能的配置将根据当年订单情况进行调整。

问：公司未来的分红比例会保持稳定或者进一步提高吗？

答：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年年度现金分红金额占净利润比例约70%；今年增加了中期分红，2025年半年度现金分红金额占当期净利润比例约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（2025年9月末合并报表未分配利润金额约90亿人民币），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：

银华基金-于蕾、周晶、贲兴振、向伊达、焦巍、张腾、郭思捷、张萍、苏静然、贾鹏、王利刚、罗婷、姚荻帆、王建、孙昊天、李爽、韩天鸿，长江证券-于旭辉、魏杏梓，兴证全球基金-伍修毅，中欧基金-刘占洋，中金资管-王凯、胡轶韬，华夏基金-黄皓，平安基金-李景瀚，文渊资本-孙丹童，广发基金-杨松霖，宝盈基金-刘凯，鹏扬基金-袁天娇，永赢基金-安慧丽，融通基金-马春玄、刘安坤，前海联合-魏甜，长城基金-张坚，国信证券-丁诗洁，深圳市巾凡咨询有限公司-李嘉峻，汇添富基金-李超、刘昇、周晗、胡昕炜、郑慧莲、温琪、卞正、杨璿、杨涛、方心诣，南方基金-吕思奇、宋文慧、李轶、赵舜、骆帅、应帅、赵俊桦、罗姝、褚宇晴、邵尉，中金公司-林骥川、赵书含、宋习缘，鹏华基金-刘偲圣、戴钢、胡颖、梁浩、伍旋、梁超、罗杰夫、袁航，阳光资产-周立杰、赵浩远、朱禹桥