

证券代码：001390

证券简称：古麒绒材

安徽古麒绒材股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-002

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（通讯会议）
活动参与人员	董事长：谢玉成先生 副总经理、董事：汪章建先生 董事会秘书：谢伟女士 财务经理：申岩女士 本次现场活动由古麒绒材组织安排，具体投资者参会人员见附件。
时间	2026年6月26日 上午
地点	公司会议室
形式	现场调研
交流内容及具体问答记录	一、简单介绍公司的基本情况 答：公司主营业务聚焦于高规格羽绒产品的研发、生产和销售，主要产品为鹅绒和鸭绒，主要应用于服装、寝具等羽绒制品领域。 公司长期聚焦主业、提升创新能力，科研和检测实力得到认可。定位中高端市场，已经与服装、寝具、运动、军工等多个领域的客户建立了合作关系，持续开拓各应用领域的头部客户，行业知名度不断提升。公司参与多项行业标准的制定，推动行业高质量发展；建设日运行万吨级中水回用系统的国家级绿色工厂，践行节能降碳与绿色发展，在构建循环经济、践行“碳达峰、碳中和”方面走在行业前列。 公司始终坚持“打造一个全球知名的羽绒材料品

牌”的目标，紧扣“创新铸品质”和“绿色赢未来”的核心理念，积极应对行业的发展变化。立足于我国具有全球竞争优势的羽绒材料产业，公司将在清洁生产、技术研发等方面加大投入，进一步扩大经营规模、提升市占率，力争成为高规格羽绒材料领域的全球品牌企业，促进行业的高质量发展，并用良好的业绩回报广大投资者。

二、互动环节

问题 1：2026 年一季度发货量同比变化？

答：2026 年一季度实现营业收入 2.29 亿元，同比增长 18.69%，营收增长核心来源于下游客户订单放量、成品羽绒发货规模同比提升。下游民用与军用品牌对羽绒产品结构持续优化，高蓬松、高绒子订单占比稳步上行，是营收增长核心驱动力。在手未交付订单充足，为二季度持续出货提供支撑。

问题 2：对比往年同期及 2025 年末，公司 2026 年一季度经营活动现金流净额 4922.29 万元实现由负转正，现金流大幅改善核心原因是什么？公司后续将采取哪些举措持续优化经营性现金流水平？

答：（1）下游回款周期优化，货款回笼，一季度下游品牌提前锁单，头部客户结算账期更加稳定，且公司强化应收账款全流程管控，针对长账期客户调整结算条款、加大短账期订单拓展；一季度集中回收上年度年末部分赊销尾款，销售回款规模显著提升，现金流入大幅增加。

（2）针对中长期现金流持续改善规划

1、持续推进客户分层管理，提升高端客户、短期结算订单占比，严控逾期应收账款；

2、设立供应链子公司将统筹原料采购，动态调节备货规模，平滑全年存货资金占用；

3、稳步扩大高溢价、高周转羽绒产品销售占比，提升单吨产品现金盈利水平；

4、严格费用预算管控，压缩非必要营运现金支出，保持经营性现金流稳健正向。

问题 3：年初原毛采购价格波动，公司备货策略及对一季度毛利影响？

答：2026 年初鸭、鹅原毛采购均价同比小幅上行，行业原料供给阶段性偏紧。公司采取分批次按需锁价、滚动备货策略，不盲目大额囤货，结合历史周期控制原料库存周转天数，平滑原料价格波动风险。一季报公司综合毛利率 23.69%，主要系上游原毛成本抬升；但依托部分定制化产品占比提升、对客户议价能力稳定，高附

加值产品溢价对冲部分原料成本压力，整体毛利率维持稳健区间，成本波动未对一季度盈利形成重大冲击。

问题 4：品牌一季度订单增速，产品定价模式是否调整？

答：公司核心服装、家纺、军工客户一季度订单整体同比增长，定价模式延续长期合作模式，客户接受度良好，未出现大规模降价情况。

问题 5：当前原毛、成品库存规模，存货跌价风险如何管控？

答：截至一季度末，公司存货分品类合理，库存结构以高规格羽绒为主。公司建立动态库存管控机制：一是按需分批次采购原毛（绒），严控大额高价囤货；二是加快成品羽绒周转，优先交付大客户订单；三是每季度开展存货减值测试，结合羽绒原料价格走势足额计提跌价准备。2026 一季度原料价格未出现单边大幅下跌行情，存货减值计提压力可控，不存在大额减值风险。

问题 6：目前行业中小厂竞争格局如何？

答：目前，行业供给向头部合规企业集中的趋势，公司作为国家级绿色工厂、国标制定单位，竞争优势持续放大。军工、户外功能性羽绒为公司重点拓展赛道，公司进入军需供应商核心名录多年；差异化高清洁、高蓬松等产品具备一定的技术壁垒，是中长期核心成长曲线。

问题 7：基于一季度经营，全年营收、毛利率、扩产整体规划指引？

答：基于一季度订单、下游需求、原料成本现状，管理层对 2026 全年经营保持稳健乐观判断：

1、营收端：依托现有产能高负荷运转、高规格产品占比持续提升、全年营收有望维持稳健增长；

2、毛利率：持续优化产品结构，扩大高溢价羽绒、功能性羽绒销售占比，对冲原料价格波动，力争全年毛利率中枢保持稳定；

3、客户拓展：全年持续深化国内头部民用、军工的渗透，同步积极开启海外渠道。

公司募投资项目将新增产能 2000 吨，该部分新增产能主要匹配 2026 年以后市场需求周期。后续公司将通过深度挖掘现有客户合作空间、同步开拓下游应用领域，充分承接新增产能，保障产能高效消化。

以上规划基于当前市场环境预判，不构成业绩承诺，后续经营进展请以公司定期报告、临时公告披露为

	准。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可以作为附件）	无

附件：

投资者关系活动参与人员名单

序号	调研机构名称	参与人员姓名
1	长江证券	于旭辉
2	中信证券	张政
3	东北证券	苏浩洋
4	兴业证券	赵宇
5	广发证券	董建芳
6	国泰海通	钟启辉
7	海富通基金	叶俊仙
8	长江证券	陈信志
9	兆信基金	周宁
10	顺源投资	高广生