

附件二：投资者关系活动记录表格式

证券代码： 002404

证券简称：嘉欣丝绸

浙江嘉欣丝绸股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场调研 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 线上交流 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	农银汇理 周宇 中海基金 俞忠华 华鑫资管 张伟民 东方资管 何雪频 沅京资本 景戎鑫 深圳尚诚资管 黄向前 上海云门投资 俞忠华 深圳创富兆业 吴贇宇 上海趣时资管 章秀奇
时间	2025 年 1 月 17 日
地点	线上电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 郑晓
投资者关系活动主要内容介绍	交流公司生产经营情况（以机构提问，公司回答的方式展开） 问题一：能否介绍公司的外贸业务以及内销业务近期的表现？ 答：公司从事丝绸外贸业务 40 余年，“嘉欣丝绸”是国际行

业上较为知名的企业品牌，积累了一批较为稳定的国际品牌客户，产品以时装为主，服务于众多国际知名品牌。具体操作模式上，并不是传统的生产代工，而是结合了自主设计与智能制造的全方位服务。

公司拥有 600 平米研发中心和百人研发团队，进行自主设计与开发，运用服装 3D 数字化、AI 设计等工具，进行成衣款式、面料纹理、花型图案等的研发设计，提高设计效率、提升市场接受度。目前 3D 设计占总设计量的比例不断提高，对开拓新客户和新市场起到了重要的作用。外贸业务在手订单较上年同期有一定幅度的增长；内销产品主要是自有丝绸服饰品牌“金三塔”和茧丝绸供应链平台“金蚕网”的茧丝原料销售业务；2024 年内外贸业务销售额均有增长，但受国际供应链重塑影响，外贸业务的毛利率有所下降。

**问题二：微信小店上线以来，对内销品牌“金三塔”催化效果如何？**

答：金三塔专营丝绸服饰、丝绸文化产品，是拥有近百年历史的“中华老字号”，丝绸产品自带高端礼品属性，很适合微信小店的推广，同类型业务在淘宝等平台也有，多种推广渠道都在应用，增加销售的同时能够起到良好的推广宣传作用。

**问题三：内销品牌“金三塔”四季度以来销售趋势如何？**

答：金三塔这两年开发了很多新型保暖丝绸面料，同时结合“国潮风”开发了国风丝绸小袄系列冬季产品，总体四季度销售，包括后续销售趋势还是增长，比较好地解决了原来丝绸服饰不适合冬季的缺点，平滑了淡季的销售问题。

**问题四：丝绸产品终端画像如何？是否有淡旺季之分？**

答：丝绸原料价格在 40-50 万元一吨，原料成本是化纤、棉花等纺织纤维的几十倍，自古以来就是王公贵族享受的奢侈品，客户群体基本上是比较讲究生活品质的中高端消费群体，随着品牌设计的时尚化和年轻化，以及营销渠道的多元化，越来越多的年轻人喜欢丝绸产品。通过新型保暖面料的开发及冬季款式的开发，淡旺差距逐渐缩小。

**问题五：内销业务渠道建设规划以及盈利展望如何？**

答：丝绸承载了中国的文化，对“金三塔”品牌的发展，将作为公司主业的主攻方向，以文化为切入点，形成文化+丝绸+新零售模式，焕发老品牌的青春，做有文化有精神有故事的品牌，做丝绸文化的承接，年轻人越来越追求生活品质，是新生的丝绸消费群体；所以公司对营销渠道的建设也是不断推陈出新，紧跟时代发展的。目前已采用全方位的新零售模式：传统的天猫、京东、唯品会、有赞等电商平台以外；丁香商城、吴晓波美店、等自媒体；苏宁极物等新零售；考拉海购、网易严选、云货优选等 APP；推广渠道：小红书、抖音、微信小店、店铺直播、头部直播、社群等；包括和大咖、头部主播合作等都有合作尝试；

目前“金三塔”品牌的毛利率在 55%左右。

**问题六：“金蚕网”业务 2024 年盈利如何？未来规划是怎样的？**

答：金蚕网在行业内最早开展线上电子合同交易，拥有权威的行业交易信息，对茧丝原料的价格趋势、交易量商业信息具有预见性，拥有配套较完善的仓储服务，从蚕茧、生丝到绸缎，从线上交易到线下大宗商品超市，布局完整，形成行业链接较全的产业链服务平台及供应链融资业务。

受益于“国潮风”带来的蚕丝原料短期需求旺盛，2024 年金

	<p>蚕网的发展态势良好。</p> <p>发展规划：以行业信息为引领、交易为基础、渠道为核心、融资为支撑、仓储为保障的数字化运营综合服务平台；同时规范夯实网上交易，不断巩固行业价格风向标作用，提升贸易渠道优势。</p> <p><b>问题七：当前外贸订单可见度如何？2025年分客户或地区的出口趋势展望如何？</b></p> <p>答：目前订单已陆续到6月份的，受益于公司的海外生产基地的建设，在手订单较上年同期有所增长，总体欧美定单占比超过80%。</p> <p><b>问题八：关税对丝绸出口业务的影响如何？</b></p> <p>答：目前关税平均已达到22.5%左右，如后期继续上调，会和优质客户协商共同分担部分增加的成本，同时公司已在海外布局了生产基地，加上人民币汇率可能发生的变化，总体影响有限。</p> <p><b>问题九：未来国内及海外产能建设规划及展望？</b></p> <p>答：2024年柬埔寨产能增加，公司总产能可达到2000万件，海外合计800-900万件，海外产能可从原有的25%左右提升到40%-45%；通过海外基地建设吸引客户下单的“筑巢引凤”策略和利用基地开发外协工厂的“借鸡生蛋”策略是公司快速提高海外产能主要的手段。</p> <p><b>问题十：公司是否会持续高分配的红利政策？</b></p> <p>答：公司重视股东回报，上市以来分红率持续较高，累计分红金额超过募集资金总额，后期仍然会延续高股息政策。</p>
附件清单（如	

有)	
日期	2025年1月17日