

证券代码： 002762

证券简称：金发拉比

金发拉比妇婴童用品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：JF20180518

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 checked="" 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	<p>2018年5月18日，公司参加由广东上市公司协会和约调研数据平台共同主办的“2018广东上市公司投资者关系管理月活动—上市公司与机构投资者面对面交流活动”，现场参与公司此次活动的部分机构人员和分析师名单如下（排名不分先后）：</p> <p>兴业证券黄沙飞、海通证券杨溶平、华福证券彭洁、信达证券胡申、海通证券廖品虹、新时代证券黄麟、合金资本董尧森、深圳市横溢资产刘青春、恒健控股何馥伶、广州证券创新投资管理有限公司李夏、国信证券闵晓平、银河证券谢良锋、银河证券刘丹、网信证券熊武、正享投资尹一、广东亿邦泰基金杜薇薇、国泰君安证券郭亚赛、睿钰投资张海峰、深圳招财基金宋丽娟、晨曦基金梁伟、广发证券李流芳、海汇投资李彬彬、源乘投资李婷婷、国融证券许榛、绿色产业基金刘启月、民生证券王汉杰、广州明曦投资陈喜财、中天国富证券陈俊青、杭州凯途投资刘吉荣、前润母基金左美凤、派信资产洪诚、深圳君如资产管理顾问有限公司金磊、广州基金王兴隆、深圳前海众鑫资产管理有限公司李伟、云松基金刘寰宇、华创证券邓剑、联讯证券郭晓童、长城国瑞证券黄嘉、方正证券袁彬杰等 100 多名机构投资者和分析师。</p>
时间	2018年5月18日 下午 13:00-14:30
地点	广州市阳光酒店一楼国际会议中心
上市公司接待人员姓名	汤典勤（副董事长）、薛平安（董事会秘书）、周英俊（财务副总监）

<p style="text-align: center;">投资者关系活 动主要内容介 绍</p>	<p>本次投资者接待活动于 5 月 18 日下午 13:00 点开始，公司董秘薛平安先生向各位机构投资者和分析师介绍了金发拉比企业基本情况，公司副董事长汤典勤先生对投资者比较关注的问题现场做了一一解答，具体情况如下：</p> <p>1、金发拉比有 1400 家品牌形象店，那么开店的计划是否有将一线城市市场与二三线城市市场区分开？</p> <p>答：有。首先例如北上广深之类一线城市市场，主要是我们的直营店，因为一线城市的人工成本与租金费用都相对较高，这一部分的经营模式需要更加精细化；其次，我们会在省会城市做品牌旗舰店、体验店，投入不比一线城市少，当然规模相较于一线城市会大一些；三四线城市也会进行布局，现在三四线城市的母婴消费品需求已经开始复苏，消费者普遍追求高品质的产品。所以目前公司的渠道布局已基本实现了一至四线城市的全覆盖和新零售模式下线上、线下的全渠道运营。</p> <p>2、洗护产品项目哪年开始筹划建设？前期准备工作进展如何？何时贡献营收？项目未来几年的发展前景怎样？</p> <p>答：关于妇婴童洗护用品智能化生产及供应链管理建设项目于 2017 年开始筹划，于 2017 年 11 月取得了《广东省企业投资项目备案证》，建设用地有关部门已经审批下来了，工厂的设计方案也基本定稿，将建成一个数字化、智能化的绿色观光工厂，现在仍处于前期筹划和准备阶段，海外高级专业人才也开始引进。该项目总投资为 20,395.94 万元（含土地投资），除土地投资部分外其余全部为建设投资。项目正常年可实现营业收入为 20,804.70 万元，净利润为 5,062.41 万元，项目投资财务内部收益率为 19.07%，投资回收期为 6.30 年（含建设期）。从现阶段到未来一个相当长的时期内看，国家都会鼓励婴幼儿相关产业的发展，且婴幼儿日用品行业民族品牌知名度的逐步提升也必然带动国内需求，国内经济基本面向好为婴幼儿消费品市场的发展提供了良好的基础和增长空间，</p>
-------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>我们对该项目未来发展的前景十分看好。</p> <p>3、上市已经将近三年时间，公司关于对外并购方面依然没有多少举措，这方面是否太过于保守？</p> <p>答：对于并购标的，我们公司从未停止过寻找，目前已有一些相关的投资。接下来会根据公司的发展战略，继续寻找适合的标的去投资或并购。我们要打造高品质的母婴生态圈，这其中做什么产品、做什么服务、标的是否优质、是否经营可持续等等都需要严格把控。我们的投资风格是相对稳健的，一个新的项目要经过论证、实践才能去推动实施，我们要为股东负责。</p> <p>4、并购投资项目是否有在婴童护理方面做相应的布局？</p> <p>答：我们现阶段以产品为主，主要的产品品类以服务 0 至 6 周岁的婴幼儿为主，童装的业务延伸至 8 岁，我们未来发展的方向是“产品+服务”，同一类人群有产品的需求相应的也会有服务的需求，那么针对同一类人群的优质产品及服务项目，我们都感兴趣。公司会在婴幼儿“吃、穿、用、健康、教育、娱乐”等多方面进行全方位的布局，打造相互协同发展的拉比母婴生态圈。</p>
附件清单	无
日期	2018 年 5 月 18 日