

证券代码：002042

证券简称：华孚时尚

华孚时尚股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-02

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	阳光资产吴烨琳、财通基金杨费凡、平安资管范自彬、九泰基金刘骏瑶、创金合信基金纪世新、铭大实业韩晋宇、中欧基金王梅、君弘资产陈魏中、中信证券郑逸坤、国泰君安张爱宁、中银证券丁凡、浙商证券林骥川、邹国强、中金公司褚洪亮、长江证券魏杏梓、中信建投秦臻、东兴证券常子杰、广发证券糜韩杰、天风证券唐圣炀、国金证券杨欣、李施璇、东方证券杨妍等
时间	2022年4月28日
地点	线上会议形式
上市公司接待人员姓名	董事、数智战略中心总经理陈翰先生；董事、董事会秘书张正先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、对2021年度报告和2022年一季度业绩情况进行介绍</p> <p>2021年纺织行业经历了疫情冲击、原材料涨价、能源供应紧张、疫情导致的国际物流不畅，但报告期内全球服装消费依旧呈现恢复性增长态势，行业呈现向好发展格局。</p> <p>对华孚而言，利用产品和品牌优势，调整优化了纱线市场与客户结构，大力拓展网链业务，提升产能利用效率，有效实现降本增效。</p>

从数据看，公司营收创新高，167.08 亿元，同比增长 17.4%，净利润 6.13 亿元，扭亏为盈，同比提升 230.51%，整体毛利率提升至 9.64%，净利率 3.67%，均超越 2019 年疫情及实体清单影响前水平。2021 年前三季度股利支付率 68.74%。各业务板块齐头并进，新业务板块（下游网链-袜业）强势发力。2022 年公司将加大对袜业端四大业务的支持力度。2022 年 Q1 实现收入 41.47 亿元，同比增长 7.87%，归母净利润 1.5 亿，同比增长 14.36%。

产能而言，公司目前 206 万锭产能规模，将新建安徽淮北 30 万锭智能纺纱产业园项目。此外，集团管理效率提升，管理费用率持续下降，2021 年 2.29%（2019 年：2.89%；2020：2.53%），人效大幅提升，人均产出 100.86 万元，同比提升 12.73%，ROE 加权 9.24%，超越 2019 年疫情及实体清单影响前水平。

2020 年下半年以来公司积极推进数智化升级，调整市场和产品结构，看好国内消费升级下的市场前景，积极构建基于内循环的国内市场供应链。经过近一年的努力，取得预期效果，接单恢复到正常水平，业绩也在 2021 年开始逐渐体现。

展望未来，公司将持续拓展内循环市场空间，深度挖掘国内供应链客户。坚持主业，做大做强，数智制造，产融结合，共享产业，垂直培育。

二、数字化进程

集团数字化架构 100%搭建完成，新要素降本增效效果逐步体现。公司已完成新疆阿克苏 10 个纺纱厂及合计 1,000 台袜机的数字化改造。此外，完成了北疆奎屯第一个具备自主方案工厂改造，已具备对外输出条件。22 年，公司将完成剩余 100 多万锭内部纱线产能数字化改造，同时完成 2,000 台袜机数字化改造。与此同时，进行纱线轻资产扩张模型搭建以及袜业交易平台搭建。

三、提问环节

1、2021 年境外收入基本恢复到 2019 年水平，主要是老客户的恢复，还是拓展了一些新的客户？

华孚从 2020 年起开始逐步加大内销市场的拓展，也在新开发一些其他非美海外市场，包括欧洲、日韩、东南亚、以及南美这些市场，新增的客户产生了贡献。华孚的营销团队极具韧性，在深圳疫情结束之后，团队就赶往海外出差了。

2、2022 年，人民币贬值对公司的影响？

人民币贬值，对整个出口业务有拉动，公司的业务有直接出口和通过终端品牌商间接出口，对整体的订单的销售会有一些正向贡献。

3、袜业数字化改造的效果？

诸暨的袜业改造基本上效率的提升已经实现，新疆阿克苏 500 台袜机的改造于 4 月刚刚完成，因为新疆更具备规模化优势，且工厂全新，预计数字化改造效果会优于诸暨地区的产能。

4、去年整个内销比例明显提升，今年在国内客户的销售会有哪些方面的突破和提升？

公司深耕内循环的方向是明确的，我们会对国内市场根据头部品牌、电商、专项市场分层分类，国内市场相对海外市场整体的分散化程度比较高，品牌的占比相对较低，公司会根据各个细分的市场的点来分别制定相应的营销计划。长期看，我们坚定看好国内市场消费升级的潜力。

5、公司对于 2022 年的盈利水平怎么看？

今年全球经济发展的前景不明带来订单的不确定性增强，公司 2022 年将保持战略定力，在棉花、布衣、纱线领域继续发力，除去周期性的因素，公司工业互联网的整体推进对于内部降本增效和外部轻资产扩张都会产生积极作用。另一方面是阿大袜业的拓展，也将产生新的拉动力。

	<p>6、公司新增淮北产能，外加轻资产扩张等，假如 2022 年宏观经济恶化，对于产能消化怎么看？</p> <p>淮北产能建设主要会聚焦在具备差异化竞争力的产品上，为客户提供更好的综合性服务，轻资产扩张公司会聚焦在非品牌的市场结构上，非常适合通过工业互联网做协同输出，这两样都有别于传统的高竞争的低支纱线业务，公司对于这部分产能的消化是有信心的。</p> <p>7、小商品城数字化和纱线工厂数字化的区别是什么样的？</p> <p>本质上都是连通了生产管理设备，然后对数据进行采集和管理。区别是纱线拥有七道生产工序加上实验室和空调等组成的一个综合性的生产工厂，不同类型设备的品牌高度分散，我们需要通过一些技术手段对这些设备的数据的口径进行统一，然后进行采集，再进行统一分析。袜业只有一个机器叫织翻缝一体机，流程相对简单。</p> <p>8、年报里的线上销售主要是指什么？</p> <p>主要指我们去年收购的袜业品牌卡拉美拉的线上销售。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 4 月 28 日