

证券代码：002003

证券简称：伟星股份

## 浙江伟星实业发展股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2021-004

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他：电话会议
参与单位名称及人员姓名	自然人投资者：黄军
时间	2021年3月4日
地点	公司展示中心
上市公司接待人员姓名	项婷婷、黄志强
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、公司情况介绍</b></p> <p>伟星股份成立于1988年，于2004年6月在深交所上市，主营钮扣、拉链等服饰辅料产品。经过三十多年的发展，公司已成为面向全球的国内服饰辅料行业的领军企业。具体细分来说，在钮扣业务方面，公司是全球品类最为齐全、产销规模最大的制造企业；在拉链业务方面，公司起步于2000年左右；经二十多年的发展，已成为民族拉链行业的龙头企业。</p> <p>回顾公司的发展历程，大致可以分为两个阶段：</p> <p>第一个阶段，自1976年到公司上市前。追溯公司的发展历程，最早可以追溯到1976年，彼时公司控股股东伟星集团已涉足钮扣业务。后伴随着中国改革开放加入国际分工，借助我国廉价劳动力的人口红利优势，纺织服装业迎来了快速发展；而公司所处的服饰辅料行业作为纺织服装行业的配套子行业，自然也得到了迅速发展。在这个过程中，公司也曾与外商合资，20世纪90年代在深圳设立工厂等，通过这些给公司的管理层接触海外先进管理理念的机会，让公司在快速发展的同时不断夯实自身的管理，并最终于2004年在深交所上市。</p> <p>第二个阶段，即公司上市后到目前。以金融危机为分界点，又分为两个时期。前七年属于公司快速成长期。上市后，伴随公司几次募集资金的投入，使得公司</p>

的产能与规模、研发与创新能力、激励机制、知名度等都得到了较好的发展和提升，使得公司产品的核心竞争力不断提升。同时，这一阶段，不少服装企业上市，大量资金的涌入使得服装行业迎来繁荣。好马配好鞍，公司进入一个快速发展期。例如，公司营业收入和净利润分别从 2004 年的 3.57 亿元、0.25 亿元增长至 2010 年的 18.29 亿元、2.56 亿元。整个行业和公司的发展达到一个阶段性的高点。后十年是公司调整、创新期。这十年，随着我国经济的快速发展，特别是沿海地区，尤其是民众生活水平的大幅提升，整体劳动力用工成本也大幅提升；生产要素成本总体高企，我国的国际比较优势弱化。而服饰辅料业以及纺织服装行业均属于劳动密集型产业。伴随这一现象，纺织服装行业出现了产业迁徙的现象。首先从低端开始，逐步向东南亚一带，比如越南、孟加拉、印度尼西亚、马来西亚、柬埔寨等国家迁徙；这些国家和地区也逐步承接了来自中国大陆地区的很多低端服装加工厂，乃至后面品牌服装企业的加工厂。面对产业迁徙现象，在肯定我国 14 亿人口这个庞大消费市场的同时，公司也在总结经验教训，一直在思考：伟星股份的未来在何处？思考的结果是国际化是公司的必由之路。要跟着产业迁徙，服务世界上优秀的品牌服装客户等；通过 5 至 10 年的努力，成为全球知名的服饰辅料专业供应商。围绕这一愿景，近几年公司一直在努力做好如下方面工作：

1、国际化战略布局推进。（1）生产基地的国际化布局建设。目前，公司孟加拉工业园已经投入运营，越南工业园也在建设当中，并在积极考察其他区域。（2）品牌的国际化培育。目前，公司旗下 SAB 品牌经多年建设，在国内市场享有一定盛誉，但如何使之或其他成为国际上广大客户所认可的服饰辅料品牌，追赶 YKK；以及建立起一整套品牌的运作、保障体系，是公司这些年在持续推进的又一重点；（3）国际化营销网络的布局。除了提供有形产品外，公司还积极参与客户产品设计开发、服务保障等其他无形服务中，因而特别注重也在持续推进全球营销网络的布局。近年来，公司逐渐在欧美地区招聘业务经理，设立分子公司，逐步加强源头服务和开发；（4）国际化企业的经营、管理理念的导入；（5）营销人员、品牌经理等人员的国际化。

2、自动化、智能化和信息化建设。面对生产要素，尤其是劳动用工成本长期看涨的问题，以及下游服装企业客户对于交期的要求和订单出现的“小批量、多批次”的特点，公司一直在大力推进自动化、智能化和信息化改造，每年投入大

量资金。目前，各分子体系建设总体进展较好，相当部分开始合拢，我们在业内已经走到非常领先的程度。

3、持续提升产品的技术、品质与档次。随着国际化战略的推进，公司将逐步向高端客户群体拓展。在这个过程中，我们必须不断提升生产制造水平，让公司的产品、技术、品质等能响应一二线品牌和奢侈品牌的要求。这一方面也是公司过往布局的一个重点。

这十年是公司调整与适应、改革创新的十年；尤其是近五年来，公司紧紧围绕上述三个方面在努力布局、推进和落实，当然未来同样会如此；也取得了一定的成绩。此外，前述阶段的划分，是根据公司业务和客观环境变化所进行的划分。且在这一路历程中，始终有一样东西没有发生变化，那就是人和团队及其所代表的、沉底的企业文化。45年的发展，伟星在推进业务拓展的同时，也培养了一支敬业、勤奋的团队，并行成了具有伟星自身特征的、鲜明的企业文化。企业的竞争，除业务的竞争外，随着时间的延长，真正的竞争核心应该说是所沉淀下来的企业文化，在同行业中是否能即适应自身又能够促进在同行业中持续的发展，直至形成寡头或龙头企业。这点在伟星股份的体现相对是比较明显的。

## 二、互动环节

### 1、请问公司目前的订单情况怎么样？

答：相比 2020 年，目前市场各主体的预期及景气度整体向好，公司订单同比 2020 年有所好转；部分品类和需求表现较好，例如电商类客户的订单、东南亚成衣、欧美商超订单等。

### 2、公司 2020 年会延续过往高比例现金分红的风格吗？

答：公司已在《章程》、《未来三年（2018-2020 年）股东回报规划》等相关文件中对利润分配政策有所规定，但具体的利润分配方案需综合考虑公司盈利状况、投资发展规划、行业发展趋势以及股东意愿等因素。

3、公司 3 季报中的投资收益达 1.2 亿元，上年同期只有 500 多万，主要原因是什么？

答：主要系报告期转让控股子公司北京中捷时代航空科技有限公司 60%的股权，取得投资收益 1.17 亿元所致。

	<p><b>4、公司生产周期在多少时间？</b></p> <p>答：公司产品的生产周期一般在 3-15 天，忙季会适当延长，交期需根据产能的饱和程度及订单快反等情况具体而论。</p> <p><b>5、公司和浔兴股份相比有什么不同？</b></p> <p>答：公司主营钮扣、拉链等服饰辅料产品，其中拉链业务起步于 2000 年左右，因营销渠道脱胎于钮扣业务，故公司拉链业务以品牌服装企业、体育用品、户外用品为主要客户，基本为条装拉链。2019 年度，公司实现营业收入 27.32 亿元，其中拉链业务 14.07 亿元；2020 年 1-6 月份，公司实现营业收入 11.28 亿元，其中拉链业务 6.26 亿元。</p> <p>根据浔兴股份公开披露的信息，其主营业务为拉链业务和跨境电商业务，其中拉链业务又细分为条装拉链、码装拉链、拉头和其他业务等。2019 年度，其拉链业务实现营业收入 14.45 亿元（条装拉链 9.39 亿元、码装拉链 2.42 亿元、拉头 2.00 亿元和其他业务 0.33 亿元）；2020 年 1-6 月份，其拉链业务实现营业收入 5.14 亿元（条装拉链 3.48 亿元、码装拉链 0.84 亿元、拉头 0.65 亿元和其他业务 0.12 亿元）。</p> <p>综上所述，公司与浔兴股份在产品结构等方面有差异。</p> <p><b>6、公司 9 月末预收款项期末余额为 0，公司是没有预收款项了吗？</b></p> <p>答：公司 9 月末的预收款项期末余额为 0，主要系报告期执行新收入准则，将预收款项调整至合同负债科目列示所致。</p> <p><b>7、公司是怎样进行市场开拓的？</b></p> <p>答：公司销售模式主要为直销模式，由公司设立的销售分、子公司等机构直接面向品牌客户进行市场开拓、销售服务。</p> <p><b>8、请问公司未来经营目标是什么？</b></p> <p>答：公司希望通过五至十年的努力，以成为全球知名的服饰辅料专业供应商。以此为愿景，公司正大力推进国际化战略、智能制造战略、大辅料战略等工作。此外，公司在 2020 年推出了第四期股权激励计划，其中对公司未来三年（2021 年-2023 年）的经营目标作了规划，您可详细阅读了解。</p>
附件清单	无
日期	2021 年 3 月 4 日