

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：2021-026

| | |
|---------------|--|
| 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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：电话会议 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 广发证券股份有限公司：李咏红 兴证全球基金管理有限公司：童 兰 广发证券资产管理（广东）有限公司：刘淑生、张冰灵 东方阿尔法基金管理有限公司：王逸欣 碧云资本管理有限公司：徐惠琳 |
| 时间 | 2021年9月13日 |
| 地点 | - |
| 上市公司接待人员姓名 | 谢瑾琨、项婷婷、黄志强 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>一、公司情况介绍</p> <p>公司专业从事各类中高档服饰辅料产品的研发、制造与销售，主营纽扣、拉链和金属制品等产品，2004年在深交所作为中小板首八家之一登陆资本市场。</p> <p>追溯历史，最早可以追溯到1976年，彼时公司控股股东伟星集团有限公司已开始涉足纽扣业务。后伴随着中国改革开放，以廉价劳动力的比较优势参与国际分工，纺织服装行业实现了快速发展，也带动了辅料企业的迅速成长。1987年公司引进最先进的不饱和树脂扣技术，1988年成立中外合资企业，1990年在深圳设立了中外合资的纽扣生产企业。2004年上市后，经过几次募集资金的投入，公司在规模、技术等综合竞争实力方面得到了快速提升；加之中小板“开闸”，下游不少纺织服装公司进入资本市场，持续投入推动整个行业景气度高企。同时，国内服装企业快速成长，细分服装品牌逐渐形成的偏寡头式效应，“好马配好鞍”的诉求推动公司规模和经济效益的快速提升。</p> <p>2010年以后，一方面是由于在2010年之前纺织服装业快速发展，导致产品过剩，行业内发生了“去库存”现象；另一方面是随着民众生活水平的不断提高，劳动用工成本大幅提升，我国的国际比较优势弱化，纺织服装行业出现了产业迁</p> |

徙等现象，行业内竞争加剧。公司计划打造双主业，培育新的利润增长点，形成双轮驱动，曾进行跨业并购，后来该业务也已剥离。在此背景下，过去五六年公司积极进行全方位转型升级，重点布局如下方面工作：

1、推进全球化战略布局，主要体现在国际化生产基地的布局、国际化品牌的培育、国际营销网络的拓展、国际化员工队伍的组建及扩大和国际化经营理念的形成及发展。

2、大力推进智能制造，不断提升现场生产效率和制造水平。服饰辅料产品，是典型的非标产品，订单逐渐呈现“多批次，小批量”现象。公司较早认识到劳动力用工成本持续高企的趋势以及自动化生产对提升产品品质和竞争力的重要性；这些年，通过持续不断投入，取得了不错的成效。

3、持续提升公司制造水平、技术水平和产品品质。公司致力于成为“全球知名服饰辅料专业供应商”，要实现这个愿景，公司必须对现有客户结构进行优化升级，向全球品牌客户进行全方面拓展。因此，公司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。

2020年的疫情，使得小微企业运作更加艰难，对于综合实力较强的企业而言，反而是一个机遇。经过疫情，公司在行业中的影响力得到了进一步提升。2021年上半年，公司实现营业收入14.83亿元，同比增长31.40%；扣非净利润2.33亿元，同比增长90.96%。

45年的发展，伟星在推进业务拓展的过程中，培养了一支敬业、勤奋的团队，并形成了具有伟星自身特征的、鲜明的企业文化。企业的竞争，除业务的竞争之外，随着时间的延长，真正的核心竞争应该是沉淀下来的企业文化。

二、互动环节

1、上半年营业收入中主要客户占比有多少？

答：公司注重大客户管理，不断完善大客户保障体系。国内外众多知名品牌都是公司的客户，公司前二十大客户占公司营收比例较高。半年报中显示的前五大客户营收占比不高，主要是数据口径存在差异，并未穿透到品牌客户。

2、未来哪些类型的品牌会成为公司成长的驱动力？

答：从下游大的服装品类来看，运动类整体表现较好；但其他品类也有很多

优秀的公司。因此，公司未来的业绩驱动一方面来自于现有客户的订单份额提升，另一方面着力于新客户的开发。此外，公司也看好新零售模式的发展，正在积极开拓布局。

3、新开发的客户订单占比有多少？

答：一开始新开发的客户订单份额是不大的，随着合作的深入，份额会不断提升。

4、公司上半年国内业务增速明显，主要原因是什么？

答：公司上半年国内订单增速高于国际订单增速的原因系：一是经过过去几年的调整，辅料行业集中度在提升，公司加大市场开拓力度，主营产品稳步增长；二是得益于国潮品牌的崛起；三是海外部分订单的回流。

5、目前公司拉链产品结构如何？

答：拉链可以分为金属拉链、尼龙拉链和塑钢拉链。以前金属拉链占比较高，随着流行趋势和客户消费理念等的改变，金属拉链的占比不断下降，产品结构发生了变化，目前形成三足鼎立的架构。

6、公司如何看待价格战？

答：只要是商品交易，都会面临价格竞争。我们认为合理的价格竞争都是正常的。我们认为，服装辅料行业之间的竞争并不只针对价格单一因素，还包括对产品品质、款式、快速反应、营销服务等多方面的综合竞争。各个公司都有自身的优势，客户的需求也是各不相同；公司未来会继续围绕成为“全球知名服饰辅料专业供应商”这一愿景，全面提升公司的综合竞争优势，为下游客户解决在服饰辅料方面的综合采购需求。

7、公司产能是如何布局的？

答：纺织服装行业存在明显的季节性差异，一般而言，一季度属于淡季，二、三季度属于传统旺季，因此公司在产能配置方面会结合忙淡季订单情况进行综合布局。

8、未来毛利率的趋势是怎么样的？

答：毛利率会受产品结构、规模效益等多种因素的影响，但合理的毛利率水平是可持续的。

9、钮扣市场容量有多大？

| | |
|-------------|--|
| | <p>答：由于服装辅料属于纺织服装的分支行业，行业数据较为缺乏，但根据纺织服装行业有关数据推算，目前公司钮扣产品占国内中高端钮扣的 20%左右。</p> <p>10、与 YKK 相比，公司的差距在哪里？</p> <p>答：YKK 的优势在于品牌的积淀和知名度，但公司拉链在产品品类的多样性、时尚性，款式的新颖及创新能力、对市场的快速反应与销售服务、生产保障等方面都形成了较强的综合竞争优势。</p> <p>11、公司是如何做好队伍建设的？</p> <p>答：公司管理团队十分注重梯队建设。国际业务，除了部分核心管理人员外，公司直接聘请当地专业人才进行管理和市场开发；国内业务，公司都会进行自我培养，积极创新多层次培育体系，加速员工成长，并打造多渠道晋升机制，不断选取优秀的人才进入上层管理。</p> <p>12、对于销售队伍的考核，公司比较关注哪些方面？</p> <p>答：对于销售队伍的考核，分为定量考核和定性考核两方面。定量指标，主要为销售额、利润、现金流等指标，其中公司对经营质量比较关注；而定性方面，公司会关注下属销售机构的规范运作、梯队建设等内容。</p> <p>13、公司资本开支主要用于哪些方面？</p> <p>答：主要聚焦于三大方面：一方面是随着国际化战略的推进，公司对于全球生产基地的布局；二是产业链的延伸和拓展；三是智能制造战略的推进和技术改进等支出。</p> |
| 附件清单 | 无 |
| 日期 | 2021 年 9 月 13 日 |