

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：2021-007

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	长江证券：雷玉 中信证券：冯重光 广发证券：糜韩杰 海通证券：梁希 光大证券：孙未未 东方证券：赵越峰、朱炎 中银国际：丁凡 中泰资管：张蕾 民生加银基金：刘悻 君煦投资：季诚冠 证券通：王龙、李咏臻 全景网：沈丹
时间	2021年4月8日
地点	景悦大酒店二楼会议厅
上市公司接待人员姓名	蔡礼永、谢瑾琨、沈利勇、林娜、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>伟星股份主营纽扣、拉链、金属制品等服饰辅料产品，于2004年在深交所中小板上市。2004年上市后，随着募集资金的投入，公司在行业内的知名度、美誉度及综合竞争实力得到快速提升，而同期纺织服装行业的快速发展及行业集中，再加上公司管理层奋勇拼搏，推动了公司的稳健发展。2004年-2010年，公司在营业收入及净利润等方面都实现了大幅增长。</p> <p>2010年后，随着民众生活水平的不断提高，劳动力用工成本大幅提升，我国的国际比较优势弱化，纺织服装行业出现了产业迁徙等现象。尽管在这一期间，公司仍保持不错的利润水平，但营收增速放缓。在此背景下，公司提出并重点布局如下方面工作：</p> <p>1、国际化之路，主要体现在国际化生产基地的布局、国际化品牌的培育、国</p>

际营销网络的拓展、国际化的员工队伍的组建及扩大和国际化经营理念的形成及发展。公司希望通过国际化之路，用五至十年的努力，实现成为“全球知名的服饰辅料专业供应商”的愿景。

2、智能制造和信息化管理等方面的建设。面对生产要素，尤其是劳动用工成本高企的问题，以及下游服装企业客户对于快交期的要求和订单出现的“小批量、多批次”的特点，公司主要通过科技迭代的进展和相关技术的应用，来提升劳动效率和先进制造能力，并取得了不错的成果。

3、持续提升技术水平和产品品质。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，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。

此外，受新冠疫情影响，虽然对公司 2020 年的经营业绩形成一定的压力，但从长远来看，经过这次调整，行业集中度进一步提升，对具备综合竞争实力的行业头部企业是新的发展机遇。

二、互动环节

1、年报中公司规划 2021 年收入 31 亿元，是基于哪些因素？

答：主要是基于以下几个方面：（1）内销订单情况恢复整体超预期，一季度已实现同比增长；（2）得益国际化布局的推进，海外生产基地的建设加快以及国际大客户份额的提升；（3）多年来智能制造的厚积薄发，生产效率及产量将实现大幅提升。

2、2020 年拉链总产能是 6.5 亿米，未来三到五年的产能规划是怎样的？

答：公司未来产能规划将更多体现在国际生产基地的布局以及智能制造战略的推进。

3、根据公司 2020 年年报，国内产能利用率也只有 69.74%，并未达到满产，请问公司为什么还要进行扩产？

答：（1）纽扣、拉链等服装辅料产品具有明显的忙淡季差异，因而在产能规划时需综合考虑不同季节对客户的生产保障问题，通常情况下，产能利用率在 70-80%。2020 年公司国内产能利用率相对偏低，主要是受疫情影响，订单同比有所下滑。（2）公司目前在建产能主要为孟加拉工业园三期工程、越南工业园项目和服饰辅料智能制造产业园项目。其中，越南和孟加拉现已成为全球除中国外最

重要的纺织服装加工集散地，在孟加拉和越南建工业园是公司国际化战略的重要布局；服饰辅料智能制造产业园主要用于拉链、织带等产品的生产，该园区建设完成后将进一步完善拉链业务的产业配套和智造升级，大幅提升拉链业务的核心竞争力。

4、快反成本是否会更高，对毛利率影响如何？

答：小批量、多批次的生产模式运营成本肯定会比大批量生产高，但随着市场下单模式的变化，公司会及时进行调整，努力适应新的模式，整体来看不会对公司的毛利率水平造成大的影响。

5、公司第一个海外生产基地选在孟加拉，未选择越南，那现在为什么又重新选择越南了呢？

答：东南亚地区是公司国际生产基地布局的重要区域。最初，公司也曾考察了孟加拉、越南、印度尼西亚、缅甸、柬埔寨等国家，在综合考虑当地市场、产业结构、公司工业园辐射圈和国际政治关系等因素，最终把第一站放在了孟加拉。在公司孟加拉园区运营取得突破后，在全球纺织服装行业占有重要份量和良好产业现状的越南也自然成为公司下一个海外生产基地的选址地。

6、公司在生产现场设置品牌生产专线的原因是什么？

答：主要是为了更好地为大客户提供生产保障服务。

7、为什么公司前五大客户的销售占比只有 7.25%？

答：一方面是由于服饰辅料行业作为纺织服装的配套子行业，行业特征决定了客户集中度不高，较为分散；另一方面是统计口径问题，公司对外披露数据是按财务开票口径统计的，并非穿透到品牌客户。

8、公司占客户的销售份额能有多少？

答：不同的客户占比不尽相同，同时因客户匹配度、合作时间长短、紧密程度的不同，客户的占比高低不一。一般而言，与公司形成战略合作伙伴关系的客户的占比会比较高，而新成长起来的品牌客户刚开始的占比都不会很大，但随着客户的壮大、合作的加深，我们的占比会不断的提高。

9、2020 年公司产能利用率有所下降，但是国内外的毛利率都是同比上升的，主要原因是什么？

答：毛利率变动主要受产品结构变化、生产成本变化、生产效率变化等多种

因素的影响。剔除产品结构变化的影响后，公司在 2020 年不断推进精益管理和智能制造，也是重要的影响因素。

10、面对大宗原材料价格大幅上涨，公司如何规避对毛利率造成的影响？

答：主要通过如下方面：（1）通过智能制造的推进，不断提高制造水平，提升原材料的利用效率；（2）公司会时刻关注原材料价格的变动，在合适的时机进行适量的备库，从一定程度上减少原材料价格上涨的冲击性；（3）公司产品的定价模式为成本加成。

11、近几年 YKK 引起价格战，为什么公司仍能保持高毛利？

答：公司主营纽扣、拉链等服饰辅料产品。其中，纽扣业务因其悠久的历史底蕴、鲜明的个性化特点以及远超竞争对手的规模和品类等优势一直保持了较高的毛利率；在拉链业务虽然近几年与 YKK 竞争加剧，但经过二十多年的不懈努力，公司在时尚设计、智能制造、快速反应、个性化服务等方面形成了较强的竞争优势，能有效满足客户需求，获得了越来越多品牌大客户的认同，毛利率水平相对稳定。

12、与业内其他公司相比，公司的智能化水平处于什么位置？

答：近几年公司持续推进智能化、自动化和信息化建设，目前公司拉链产品的智能制造水平处于行业领先地位。

13、股权激励的目标是年复合增速 15%左右，这个目标背后的各项业务的拆解情况或者如何达成？

答：公司将从多方面出发，努力实现年复合增速 15%的目标：第一是通过打造包括快反、产品研发、专家服务等在内的综合竞争优势，加之持续推进国际化战略、大客户战略和大辅料战略等，努力提升市场占有率；第二是通过智能制造战略的推进，不断提高制造水平和劳动生产效率；第三是注重精益化管理，强化内部管控力度，全面提升企业经营效率。

14、公司一季度的业绩如何？

答：截至目前，受市场整体景气度向好等因素影响，公司来自下游的订单整体情况良好。

附件清单	无
日期	2021 年 4 月 8 日