

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：2021-01

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（2020 年度报告和 2021 年一季度报告电话会议）
参与单位名称及人员姓名	长江证券于旭辉等
时间	2021 年 4 月 28 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	公司董事、副总裁兼董事会秘书张正先生；董事兼财务总监王国友先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、对 2020 年度报告和 2021 年一季度报告情况进行介绍。</p> <p>2020 年受到疫情以及被列入美国商务部实体清单的影响，主导 2020 年收入下降，利润亏损，其它原因在于：棉价下跌；人民币升值带来的汇兑损失；调整产品结构使毛利率有所下降。</p> <p>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，取得了预期效果，接单恢复到了正常水平，业绩也在 2021 年开始逐渐体现。</p> <p>2021 年一季度营收已经超过了 2019 同期的水平，预计上半年净利润 2.2-3.2 亿元。展望未来，公司将秉持“坚持主业、共享产业”的战略，推进数智化升级，加快数智化纺纱工厂建设，</p>

推进阿大袜业的创新和转型，包括供应链、互联网平台的建设。随着公司转型升级、国内市场深化开拓，经营有望继续转好。

二、提问环节

1、2021 年一季度业务拆分及 2020 年网链业务利润来源？

答：公司 2021 年一季度营收增长 66.72%，其中纱线业务增长 42.81%、网链业务增长 94.1%，前端网链业务增速快主要是抓住今年棉价上涨的机会。2020 年网链业务利润来源一部分是期货套保，一部分是加工费、仓储、物流等稳定的收益。

2、和 UR 品牌的战略合作情况？

答：国外品牌抵制新疆棉的背景之下，UR 是第一家和华孚签订深度战略合作的品牌，一些其他国内头部品牌也陆续与华孚签订了战略合作协议。UR 会加大对华孚新疆棉纱线的采购，公司也会提供更专业的产品服务，目前 UR 已经在门店做 UR+华孚相关产品的宣传。

3、目前有多少产能？产能规划是否会有调整？

答：现有产能 189 万锭。去年没有增加新的产能，主要原因在于疫情导致行业需求下降，今年以来内销复苏叠加公司战略调整，新产能建设已经回归常态，目前在建产能：1) 新疆建好厂房的 16 万锭新建产能已经在做设备的安装调试；2) 2020 年 12 月 10 日公告的淮北新型智能化工厂 30 万锭产能，今年年底会有 10 万锭建成；3) 越南有 30 万锭产能规划。公司对未来充满信心，保持正常产能的建设步伐。

4、目前的产能利用率？

答：2019 年、2020 年产能利用率分别为 91%、71%，2020 年盈利差的重要原因也在于产能利用率低，制造成本摊销拖累较大。目前产能利用率已经到了 95%以上，超过了 2019 年水平。

5、2020 年年报中产品分类中有袜制品，为何做这种产品分

类？

答：浙江省诸暨市是全球最大的袜业集群生产基地，公司并购了 2 家诸暨的袜企，一家是袜子制造工厂，一家是袜子电商品牌，希望未来以此整合诸暨袜业市场。通过品牌营销中心统一接单，未来通过数字化平台进行供应链整合，公司建设数字样板工厂，中小袜厂接入平台，收购的公司初期营收规模 3-5 亿，今年整体目标 10 个亿。

6、诸暨的袜子产业体量大概多少？

答：全球 30%-40%的袜子是诸暨市生产，诸暨袜业的产值约几百亿规模，国内袜业有千亿元总规模，每年约有 15%左右的增长，中国虽然有完善的产业链，但是效率较低，数字化程度很低，也没有突出的龙头企业，国内传统品牌老化，基本处于“大品类，无品牌”状态，未来产业整合和品牌重塑有比较大的机会。

7、公司客户采购的模式？

答：华孚依托于色纺的特点，形成了以色彩趋势引领的前导营销商业模式。销售主要是终端品牌指定，上游的供应商作为直接客户再进行规模定制。国内客户相对分散，随着国内品牌的发展壮大，合作深化，未来也会像海外模式一样，由品牌指定采购。

8、毛利率的修复情况？未来是否还有提升空间？

答：通过两方面的努力提升毛利率。1) 通过与国内品牌的战略合作，提升产品档次，提高市占率，头部品牌的毛利也比较高；2) 工厂数智化改造提升生产效率，降低成本。

公司在新疆工厂的智能化改造，2020 年中期开始试点，首期 30 万锭，明年打算工厂全部完成改造，最终形成全企业的数字化管理体系。首期的 30 万锭产能的改造效果比较好，产量提升约 10-15%，未来全部改造完成，利润率有望持续提升。纺纱行业市场空间大、集中度低，如果公司能做好这套方案，未来也

	<p>可以推广到全行业，对中小工厂进行数字化改造，有利于产业整合。</p> <p>9、现在的产能利用率较高，公司接单情况如何？</p> <p>答：今年纱线业务处于一个正常的恢复增长期，接单情况是上半年的订单基本上已经基本锁定。受到海外疫情持续反复的影响，尤其是南亚国家疫情恶化，公司判断会有一些订单回流，预计今年三四季度整体订单情况稳定。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021年4月28日