

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（二）

编号：2021-029

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	天风证券股份有限公司：孙海洋、唐圣炆 中国国际金融股份有限公司资产管理部：范海涛 中加基金管理有限公司：刘晓晨、冯汉杰 阳光资产管理股份有限公司：吴烨琳、张学鹏、黄抒雁 泰康资产管理有限责任公司：郭晓燕 拾贝投资管理有限公司：欧阳婧 上海恒复投资管理有限公司：刘欣 上海复胜资产管理合伙企业（有限合伙）：金嘉鹏 上海澄怀投资管理有限公司：李好 磐稳投资管理有限公司：王泽 华夏未来资本管理有限公司：张力琦 国信证券股份有限公司：尹昇 共青城基研投资资本管理有限公司：常晓 方圆阳光资产管理股份有限公司：方圆 北京润晖资产管理有限公司：陈文菲 平安基金管理有限公司：王休宝
时间	2021年9月16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>公司于2004年在深交所上市，主营钮扣、拉链和金属制品等服饰辅料产品，主要服务于服饰鞋帽、箱包、体育休闲用品等领域的品牌客户。</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钮扣业务。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</p>

立了中外合资的钮扣生产企业。2004 年中小板“开闸”后，下游不少纺织服装公司也纷纷进入资本市场，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。

2010 年以后，一方面是由于在 2010 年之前纺织服装业迅速发展，导致产品过剩，行业内发生了“去库存”等现象；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徙现象。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，品类繁多，个性化明显，订单也呈现出“多品类、多批次、小批量”的特点。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稳定性和竞争力的好处；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，使得小微企业运营更加艰难，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、鲜明的企业文化和企业精神。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、与 YKK 相比，公司的优劣势有哪些？

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。

2、若 YKK 内部调整完成，对公司订单是否会有影响？

答：每个公司都有自身的特点，客户也会根据自身需求进行选择。公司对自身的综合竞争优势有信心，也会正面应对同行合理的竞争。随着合作的深入，公司也会得到更多客户的认可。

3、公司下半年订单趋势会如何？

答：截止目前，公司接单情况同比较好。

4、公司海外营销布局情况如何？

答：公司直接在品牌集散地和制造集散地招聘当地的专业人员进行市场开发和管理，随着国际化战略的逐步推进，其成效已经逐步体现。

5、原材料价格的上涨对公司毛利率有影响吗？

答：公司产品采取的是成本加成的定价原则，且生产交付周期较短，原材料的短期波动对公司影响不大。另外，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，一定程度上能减少原材料价格上涨的冲击。

6、公司产品研发模式是怎么样的？

答：目前，公司产品研发模式主要有以下两种形式：一是公司设计师根据市场潮流开发出新品供客户进行选择；二是公司设计师对品牌客户进行一对一跟踪，根据客户的服装设计风格，联合开发，设计与之匹配的产品。

7、公司上半年营业收入增长的主要原因是什么？

答：公司上半年营业收入增长的主要原因系：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；二是得益于国内疫情管控成果显著，海外部分订单的回流。

8、公司前五大客户占比有多少？

答：公司对外披露的前五大客户是按照财务开票口径统计的，并未穿透到品牌客户；如果按公司实际的前五大服装品牌客户进行统计，其占比并不低，这里存在统计数据口径的差异。

附件清单	无
日期	2021 年 9 月 16 日