

证券代码：002674

证券简称：兴业科技

兴业皮革科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-002

|               |   |
|---------------|---|
| 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<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><input type="checkbox"/> 现场参观<br><input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议） |
| 时间            | 2022年5月25日下午15:15—16:30   |
| 地点            | 兴业科技 办公楼  |
| 上市公司接待人员姓名    | 观富（北京）资产管理有限公司、华富基金、博道投资、光大保德信、长江证券、工银瑞信、中天证券有限责任公司、建信基金、农银汇理、信达奥银、交银、华安基金、上海觉承资产管理有限公司、长盛基金、上汽顾臻（上海）资产管理有限公司、湘财基金、汇丰晋信、中邮证券、申九资产、海通证券资产管理、深圳恒健远志投资合伙企业<br>董事、总裁：孙辉永<br>董事会秘书：吴美莉   |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <b>公司经营情况简介</b><br>公司是一家做天然皮的材料公司，多年来聚焦主业、精耕细作，以为世界名牌提供优质的皮革产品和服务为使命，致力于成为一站式的皮革材料供应商，为客户提供定制化解决方案，目前公司已成为众多国内外知名品牌的战略合作伙伴。作为全球最大的单体天然皮的制造企业，公司在过去几年依托于强大的产能，并随着市场的变化做了一些改革，在2021年有了一定成效。2021年实现营收17.26亿，同比增  |

加 18.21%，归属上市公司股东净利润 1.81 亿，同比增加 56.93%。2022Q1：受泉州疫情影响，生产处于非正常的状态，同时 2、3 月份二级市场波动导致公司理财亏损拖累 Q1 营业外收入。

**近年来的改革：**下游品牌客户近几年对供应商要求转变为多批量小批次、柔性化、快速反应，为此公司进行了组织架构的改革，实行分事业部制的管理，改革后组织扁平化，对事业部总经理充分授权，减少管理层级，提高管理效率，加快市场反应速度。例如，公司交货周期从改革前的 28 天左右缩短到现在的 7 天，特殊的订单可以缩短至 4 天。

**组织变革：**（1）分事业部制改革：对各事业部的定位和产品进行差异化管理。大事业部主要生产常规产品，通过规模优势降低成本，根据对市场需求的研判，适当备货半成品，以加快交期；小事业部主要攻克个性化定制的产品，快速反应直接面对市场，加快打样速度和样品的准确率。（2）数字化、智能化改造：通过引进自动化智能化管理，对生产现场进行改造，强化过程管控，稳定质量，提升效率，生产成本得到不同程度的下降。

**市场布局：**（1）销售渠道：作为材料供应商服务于下游消费品——鞋、包袋等品牌客户，对于品牌客户：以产品、技术和服务作为切入点，配合客户进行领先产品的开发，巩固合作基础，根据客户需求提供材料解决方案，比如百丽集团，从研发、产品以及销售服务对其提供立体化的服务，通过皮革面料助力其产品创新，满足其多品牌之间产品差异化的区分，近几年公司与百丽的配合越来越完善。

（2）区域独家代理经销模式：在互联网直播带货、网购代工厂集中的区域，比如丹阳地区的鞋厂（小而散），通过区域独家代理的模式，整合零散的订单，提供点对点服务，挖掘市场潜力，近几年取得了比较好的效果。

**供应链优势：**依托强大的产能，对供应商议价能力强，可以控制成本。

**全球化布局：**公司通过引入在服务国际品牌方面具有丰富经验的技术团队，改变以往的服务方式，使得公司的生产和产品研发的节奏逐步适应和满足国际品牌需求。2021 年公司抓住机会，整体出口销售额达到 2.23 亿元，外销占比 12.93%，目前公司是全球领先的户外品牌 Timberland、哥伦比亚的供应商。

为了更好服务国际品牌，公司通过收购部分股权入股了在越南设置加工厂的客户，进一步巩固合作，此外公司也在印尼开设了工厂，开始布局东南亚市场，逐步推进全球化战略。

**产品突破：**公司重视技术研发投入，由于电子包覆皮对材料物理和化学性能要求较高，既需要透气、耐高温，耐汗，还要保持各项化学指标符合环保标准的要求，公司经过项目攻关，并最终取得技术突破，2021 年公司电子包覆皮产品销售达到 1500 万，目前公司仍在继续向市场推广。

**未来的发展规划：**（1）全球化，维持现有事业部负责制的管理模式，对内巩固国内市场，对外逐步引进国际品牌客户，向国际市场扩展。（2）智能化，通过与智能制造设备企业合作，定制化开发制革智能制造设备，逐步推进公司智能化的改造进程。（3）切入新领域，通过收购增资宏兴汽车皮革切入汽车内饰用材料领域，随着国内新能源车销量的持续增长，市场前景广阔。（4）皮革价值充分挖掘，以往公司头层牛皮为主，二层皮作为边角料直接卖掉，投资宝泰皮革进一步挖掘二层牛皮价值，通过加工，进入宠物玩具、化妆品、食品添加剂等产业链供应领域。

**1、公司布局汽车内饰用材料的背景及目前项目的经营情况？**

汽车内饰材料属于汽车零部件，由于汽车产业链的特殊性，需要整车厂 3-5 年的评估审核周期才能进入供应商名录，公司通过收购宏增资宏兴汽车皮革快速切入汽车内饰用材料领域。宏兴汽车皮革在行业内深耕多年，参与国内新能源汽车品牌多款新车型的内饰研发，已成为蔚来、理想、合众、金康（华为的合资品牌）等品牌多款核心车型的内饰材料核心供应商。

公司收购宏兴汽车皮革后，将整合宏兴汽车皮革的客户渠道优势，同时利用兴业科技的品牌、资金、产能优势，抓住新能源汽车快速增长的机会拓展市场。

## **2、未来公司汽车内饰材料的增长是基于原有新能源客户自然增长还是新客户的拓展？**

宏兴汽车皮革作为汽车内饰材料的供应商，目前产能利用率达到 100%，原有的产能限制宏兴汽车皮革新客户的拓展，兴业科技收购宏兴汽车皮革后可帮助其实现产能扩张，宏兴汽车皮革目前也在布局新的品牌客户车款的研发。通过兴业科技的品牌、资金、产能优势，帮助宏兴汽车皮革快速拓展市场。

## **3、电子包覆皮客户基于什么原因选择公司？**

高端手机产品近年来使用真皮材料越来越多，但是电子包覆皮材料的进入门槛较高，主要是理化性能要求和研发技术壁垒，公司经过前期研发，2020H2-2021 年产品才逐渐推广，目前成功实现进口替代。目前全球只有两家，公司是国内唯一一家。希望先接下大品牌订单，接下来推广其他品牌的才有先发优势。

## **4、传统鞋面市场的竞争格局？**

消费品牌整体需求是小单快反、柔性供应，对供应商要求较高，研发生产周期缩短、管理效率提高，供应商既要大又要跑得快。因此公司进行事业部制管理，对事业部总经理

充分授权，明确激励机制。过去几年，鞋面皮革市场遇到问题较多，很多竞争对手不再专注于该市场，而公司多年来一直专注于此，客户信任度较高，从产品研发、成本优势、材料选择都已走在行业前列，产品品类扩充较快。外销方面引入户外品牌客户，近年来随着国潮趋势的兴起，消费者对民族品牌忠诚度是提高了，但流行趋势整体还是在跟着欧美走，公司通过切入欧美供应链提升本身对接品牌、产品技术、风格流行度，可以给国内品牌提供更多的服务。同时国际形势复杂，以及国外疫情影响，东南亚货品进入国内需要消杀静置、物流受限，一些 ODM 客户反馈国际品牌制造又有回流国内布局的趋势。公司鞋面业务继续深耕国内，国外借由海外团队引进也筹备海外工厂，以更好地服务品牌。

#### **5、宏兴汽车皮革的产能？**

宏兴汽车皮革的原料皮与公司的基本一致，可以通用，兴业科技入主宏兴汽车皮革后将帮助有序扩充产能，在保证现有生产的基础上，边生产边扩产，预计到今年下半年，宏兴汽车皮革的月产量将在现有基础上翻番，全年产量预计超过 3,000 万平方英尺。

#### **6、今年的成本和历史比在什么分位？考虑进军汽车皮革下未来的销售增速？**

公司材料成本目前处于历史中位水平，在今年的秋季采购旺季，公司将进行采购布局。汽车内饰材料属于增量，对公司收益会有正面影响。

#### **7、公司入股越南客户和印尼设厂的目的？**

为了近距离服务下游客户，公司开始在海外进行布局，鉴于越南投资太热，各项成本上升快，公司选择入股的方式与在越南设厂的客户巩固合作关系，同时公司布局印尼。目前众多国际运动品牌已在印尼设有加工厂，未来印尼工厂以运动鞋款式为主，对标国际运动鞋品牌。印尼工厂基建已

|          |   |
|----------|---|
|          | <p>经做好，在做设备的安装，人员也有跟进，工厂开工后推进速度会很快。</p> <p><b>8、越南和印尼的产能情况？</b></p> <p>印尼公司后续产能规划一个月 200 万平方英尺，越南通过合资方式，现在一个月 150 万-200 万平方英尺，目前也几乎是满产的。</p> <p><b>9、22H1 销售情况及 H2 展望？</b></p> <p>对比疫情前 2019 年的情况，上半年本身行业淡季，预估 6 月开始疫情缓解，下游客户反馈 6 月开始市场会有一些复苏，成都市场对应俄罗斯和土耳其客户，反馈这部分订单在 6 月以后会有明显复苏。</p> <p><b>10、公司预告订单周期目前是几个月？</b></p> <p>内销 2-3 个月预告订单周期，汽车内饰材料按照一个车款的预报量走，可以预计全年的预告量。类似百丽品牌客户基本上一季产品的预告量，在订货会后会有预告量。</p> <p><b>11、展望 2-3 年，公司可能的第三、第四增长曲线？</b></p> <p>投资了福建宝泰，挖掘二层牛皮的价值。以前二层皮直接卖掉，随着技术进步，可以从二层生皮里面提取生物蛋白，制成更多用途的产品，通过研发提高原来副产品的附加值。公司专注做好一张牛皮，通过精细化管理和技术改造把皮的价值最大化、多样化，公司目前已有提供胶原蛋白制作肠衣，产品出口到澳洲，现有技术比较成熟。</p> <p><b>12、作为新领域的进入者的竞争优势？</b></p> <p>资源优势，借由公司目前的平台优势，控制二层皮资源。同时，公司具备全产链的生产制造能力，能对原材料和加工过程进行有效的控制。</p> |
| 附件清单（如有） |   |

|    |  |
|----|--|
| 日期 |  |
|----|--|