

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：2022-050

<b>投资者关系活动类别</b>	<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
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	中金国际：柴必成 海通证券：梁希 招商证券：刘丽 Millennium Management: Toby Liang HSZ: Wenjie Ge、Ethan Yang 广发基金：傅友兴、陈樱子、龚路成
<b>时间</b>	2022年9月13日
<b>地点</b>	-
<b>上市公司接待人员姓名</b>	谢瑾琨等
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>一、公司情况介绍</b></p> <p>公司主营钮扣、拉链、金属制品、塑胶制品、织带、绳带和标牌等服饰及箱包辅料产品，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。伴随着改革开放，我国以廉价劳动力的优势参与国际分工，纺织服装业等劳动力密集型的行业实现了快速发展，公司在此浪潮中迅速成长。2000年开启拉链的制造。2004年在深交所作为中小板首八家之一登陆资本市场。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，行业的美誉度也在不断上升。同时，国内服装企业快速成长，下游客户的高要求推动了公司规模和经济效益的快速提升。</p> <p>2010年以后，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削弱，纺织服装行业出现了向东南亚迁徙的现象，促使行业内竞争加剧。在过去五六年公司积极进行全方位转型升级，重点推进全球化战略布局、数智化改造升级以及持续提升制造水平等方面工作，公司综合竞争力得到了进一</p>

步的提升。

在发展过程中，伟星股份特别重视两个方面的工作：1、坚持市场为先锋。注重营销网络的布局及服务，满足下游服装品牌客户在服饰辅料方面的综合需求；2、注重研发创新。服饰具有时尚性的属性，因而辅料产品的设计要贴合服饰设计和流行趋势的变化。

通过多年的发展，在钮扣业务方面，公司已是业内综合品类齐全、全球产销规模领先的企业；在拉链业务方面，主要以中高档服装鞋帽休闲用品拉链为主，业已发展成为国内条装拉链规模最大的企业。未来，希望通过五到十年的努力，成为全球化、创新型的时尚辅料王国。

## 二、互动环节

### 1、公司半年报中显示前五大客户占比不高，请问公司客户集中度如何？

答：公司在定期报告中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。如果按品牌客户统计，那公司实际前五大客户占比并不低；两者存在数据统计口径的差异且金额差异较大。

### 2、前期 YKK 工厂受多种因素影响，后期订单是否会回流？

答：上半年虽然有业内同行因疫情或安全生产事故等因素影响，生产保障出现了困难，这对公司的短期接单会有一些的积极影响。但对公司来说最核心的还是通过自身综合实力的提升，得到品牌客户的认可，从而获取更多的订单。

### 3、客户一般会提前多少时间下单？

答：近些年来，客户下单模式呈现出小批量、多批次的特征，这些变化对辅料供应商的快速反应能力则提出了较高要求，客户提前下单的时间在逐渐缩短。常规情况下，公司生产周期为 3-15 天，忙淡季也会有所差异。

### 4、公司今年股权激励费用有多少？

答：公司 2022 年度的股权激励摊销费用为 5600 多万。

### 5、当初公司拓展拉链业务的原因是什么？

答：当初公司拓展拉链业务主要基于两个原因：一是公司主要是为中高端服装品牌客户提供服务，而服装品牌客户需要的服饰辅料是多样的，拓展拉链业务能更好地满足客户的需求；二是公司当时主要是生产钮扣产品，而钮扣产品市场体量相对小一些，拓展拉链业务能够更好地实现公司长期可持续发展战略。

**6、相较于 YKK，公司的竞争优势是什么？**

答：YKK 的优势主要在于品牌的积淀和知名度，而公司是“产品+服务”的经营理念，注重在为客户供应优质产品的同时提供“一站全程”的综合服务。此外，公司在辅料产品品类多样性、时尚性，款式的新颖及创新能力、对市场的快速反应以及产品的配套能力等方面都形成了较强的竞争优势。

**7、公司与 YKK 的产品价格差异有多大？**

答：总体来说，YKK 拉链总体价格比公司产品的价格要略高，但是具体产品需要具体分析。

**8、与 YKK 相比，公司快反能力的优势体现在哪里？**

答：首先是两家公司的经营理念不同，成就不同的做事风格，公司是“产品+服务”的经营理念，注重对客户个性化需求的满足；其次是随着智能制造战略的实施，特别是借助信息化管理工具，极大便利了“客户-工厂”之间的信息传递以及工厂在生产过程中对订单的快速响应能力，同时公司设有专门的机制来保障大客户的快反订单。

**9、公司产品提价的主要驱动因素是什么？提价周期是怎样的？**

答：公司遵循合作共赢的原则，不会片面追求高毛利，只有当原材料价格波动形成趋势性时，才会进行相应的调价，所以也没有固定的提价周期。

**10、公司对于海外生产基地的布局晚于服装加工厂的原因是什么？**

答：随着国内人工成本不断上升，服装加工厂逐渐往东南亚迁徙，但服饰辅料行业对于劳动用工成本的敏感度没有服装加工厂那么高，且服饰辅料产品品类繁多，工序繁杂，对产业链配套完整性及技术人员的工艺积累水平要求较高，所以公司并没有第一时间伴随成衣加工厂去东南亚地区设厂。

**11、公司对于织带业务的规划是怎样的？**

答：根据公司的经营规划，织带也是公司重点培育的品类之一；织带业务由于刚起步，基数小，将会保持较快增速。

**12、公司新客户拓展情况如何？**

答：近几年，公司大力推进海外营销网络的建立，并成功进入许多新客户的指定名录，尤其在欧美等国家的成效较为明显。但是新品牌客户的开发和合作份额的提升需要一定时间的积累。

	<p><b>13、公司拉链产品中各应用范围的占比分别是怎样的？</b></p> <p>答：从 2000 年起，公司拉链就是服务于中高端服装品牌客户，后期随着拉链业务的不断壮大，逐渐拓展到户外用品以及箱包等领域。目前公司拉链产品仍主要服务于中高端服装品牌客户。</p>
<b>附件清单</b>	无
<b>日期</b>	2022 年 9 月 13 日