

证券代码：605003

证券简称：众望布艺

众望布艺股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2020-001

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 一对一沟通
参与单位名称及人员	申万宏源证券：王立平、戎姜斌 光大证券：李婕、孙未未 爱建证券：章孝林 3WFUND：王一诺 元上投资：赵森 东北证券：唐凯、夏振宇 华西证券：朱宇昊 华泰证券：吕明璋 翰谭投资：刘瑜 信达证券：汲肖飞 万家基金：刘云峰 中信保诚基金：邹伟 东方红资管：唐亮 交银施罗德基金：高逸云 建信基金：胡泽元
时间	2020年9月22日14:00-16:00
地点	众望布艺股份有限公司会议室（杭州市余杭区崇贤街道水洪庙1号）
上市公司接待人员	董事长兼总经理：杨林山 副总经理兼董秘：杨颖凡 证券事务代表：韩雯
投资者关系活动主要内容介绍	一、纺织品产业链发展相对成熟，大家对产业链各个环节的价值都有一定程度了解，而众望布艺的盈利能力明显远远高于同行业，其中的原因是什么？ 目前，纺织业平均利润率约5%，但是纺织业的范围非常广，

纺织中有家纺、家纺中有布艺，布艺是大纺织下的细分行业，我们的差异化体现在众望深耕的是中高端市场，我们只做有研发技术、有艺术附加值的产品，这也是公司名字的由来，众望即“不负众望”，我们的产品并非与大众雷同的标准件。

1994年公司成立之初，市场上做真丝产品都是称重卖的，市场上的产品没有差异。所以当时觉得应该要做有设计感、时尚感的产品，要注重产品的研发。不能把布做成一个标准件。装饰面料之于沙发，就好比动力电池之于新能源车，装饰面料是沙发最核心的配件，因为消费者购买沙发的时候，其中的木材、海绵等都是标准件，只有面料是个性化的，消费者选购沙发很大程度是看面料决定。布也是沙发构成里面唯一的非标准件，所以是研发领先使得我们在同行业里的产品有一定的差异化优势。

二、公司对原材料价格控制有何种手段？

目前原材料价格相对比较透明，供应商格局比较垄断，主要供应化纤产品的几家龙头企业目前给的价格都处在非常低位。原材料成本方面，我们只控制一些特殊的纱线成本，如雪尼尔纱等高价位纱线的成本我们通过自产来控制。控制原材料的价格是一方面，正品率的提升也是控制成本的一个重要方面。

三、如果后来者想进入这个行业，对方想赶超公司的话有何种可能性？公司的壁垒是什么？

布艺行业并非资本越大就做得好。布艺产品具有多品种少数量的特征，并不是有钱、有资本就可以做起来的，是需要通过长年累月对行业的热爱、对行业的坚守来积累研发设计经验。特别是体现在美国的市场，上市信息公开以后，尽管美国客户觉得我们的利润率比较高，但是由于认可公司具有设计、研发的实力，对设计产品拥有版权，认为我们的研发能力和版权是能够值得有较高的产品定价的。客户也是需要沉淀的，别人很难再去打破我们和客户的合作关系。

除了有强设计能力、能够输出一整套设计方案，我们的交期也很快，可以30天结算。另外，我们也会通过大数据分析去预估下一

个周期的生产量。

四、未来收入增长的核心驱动因素可能是什么？是客户数量增加带动的收入规模增加驱动，还是单个客户订单增加带动的收入规模增加驱动？

目前产能限制对我们的满足客户需求能力的影响很大。如果产能上去了，未来能够更好的拓展国内市场。目前美国市场客户的收益率更高、需求好，所以也会深耕大客户，做大做强。另一个，就是深挖中东市场，中东市场的客户偏好与美国客户类似，针对美国市场研发的成品可以直接销往中东；中东客户的住房面积较大，对沙发产品需求高；中东市场对美国家具的主要供应商认可度也高。

五、公司生产模式是以销定产，目前下单多久后我们会提上生产日程？

我们的面料品种繁多，所以我们的产品是不可以备库的。所以一定要先有订单才能做，最快交期 25-30 天。因此，我们仓库所有的货都是有订单的，库存只有纱线。除非客人不要了，如果客人不要、需要赔偿我们的成本，同时我们这块布也可以另行处理，库存基本没有压力。

六、产品结构优化、产品成本下降、汇率下降哪个对净利润影响更大？

产品结构优化是毛利率提升的主要因素，核心面料产品的毛利率较高、占比高了毛利率就高了。

七、作为美国面料供应商，和其他供应的相比优势在哪里？

我们研发的优势在于我们和全球十几家设计机构合作，所以我们始终可以引领市场的时尚；另外我们可以提供一站式解决方案，降低客户的决策成本；另一方面我们的实验室很强大，我们从纱线开始就做实验，到染色、布料环节都会有实验；此外，生产快速反应是优势；价格和服务相对于美国企业也具有优势，服务方面，我们要求销售人员在 24 小时内一定有回馈、有问题提前沟通，美国客户非常喜欢和我们合作。

八、我们和连锁零售大品牌的合作形式是怎样的？

	<p>因为沙发厂最终还是会卖给零售商的，所以我们有时候越过家具商、直接与零售商沟通，获得终端零售商的认可以后，再让零售商来反向向家具厂指定、要求产品的布艺部分向我们采购。</p> <p>九、对于新拓展市场的竞争对手有什么了解？如果打入新市场，对于已有龙头的市场，我们怎么去打入他们的市场？</p> <p>中东有家贸易公司的销售额最大，我们对对方已经有相对充分的调研。因此，我们想请中东的销售、中东的设计师来打造团队，可以通过他们一点一点打入中东的市场。</p> <p>十、中东的宗教性比较强，会不会有一些技术壁垒或者需要市场公关的部分？</p> <p>中东的难度是外国人不能在当地设立公司，一定要本地人。所以在中东市场第一步是先设立仓库，我们的销售人员过去拓展市场。</p>
附件清单	无
日期	2020年9月22日