

证券代码:300979

证券简称: 华利集团

中山华利实业集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号: 2021-002

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	大家资产-胡筱、民生加银基金-刘恽、兴业证券-纪宇泽、赵树理、宫鹏琳、嘉宝基金-王力、中国人寿养老保险-石谷雨、南方基金-李想、长江养老保险-张学瑞、东吴基金-姜怡、国信证券-丁诗洁、景顺长城-孙雪琬、永赢基金-安慧丽、浔峰投资-刘震邦、陈毅桓、中意资管-陈佳欢、国泰基金-智健、华泰柏瑞-彭邦泰、太平洋养老保险-赵宇、国投瑞银-朱盖奇
时间	2021年 4 月 30 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书: 方玲玲
投资者关系活动主要内容介绍	<p>来访人员按深交所规定要求签署了《承诺书》。</p> <p>首先, 董事会秘书方玲玲就公司的基本情况向来访人员进行了介绍:</p> <p>关于公司一季度业绩情况:</p> <p>公司披露了去年Q1、上半年、1-9月以及去年全年的业绩, 分季度看, 去年一季度的收入基数、产量基数都比较大, 因为去年一季度的出货订单基本没有受到疫情影响。同时, 今年一季度和去年一季度相比, 人民币有一定的升值, 影响了公司收入的增速。</p> <p>公司客户情况概要:</p> <p>公司第一大客户是Nike。华利2012年进入Nike供应链, 目前双方的合作关系进一步加深。第二大客户VF去年疫情下业绩承压, 今年VF的业绩预计会有所回升。第三大客户Deckers 旗下4-5个品牌中产量较大是Hoka及UGG, 且在订单的量价上表现较优。第四大客户puma, 产品更偏向时尚休闲, 一年产量在2000万双左右。后面的客户的销量与前4名拉开差距。新客户方面, Asics和on-running今年开始量产, 一季报里没有体现收入。公司与客户的合作流程大致为双方高层会面-洽谈长期规划-达成初步合作后公司打样、试做、送品牌试穿-通过审核后开始生产小规模订单。</p> <p>销售价格方面, hoka/UGG等较高, vans、converse价格相对较低, nike/puma处于中间水平。鞋子的终端定价更取决于品牌定位和原材料价格, 和工艺难度没有完全对</p>

应的线性关系。

工厂管理及生产工艺：

工厂管理方面，公司员工虽已超过10万人，公司采取总部+事业部的模式，品牌订单和产量增加只是相应的增加事业部的规模，并未提升管理难度。通常是一个品牌即对应一个事业部。公司员工稳定性高于行业平均水平，尤其是掌握技术经验的版型师傅、模具师傅、开发人员等工龄都很长，中高层也非常稳定。

公司未来规划及展望：

公司在第一大客户Nike供应链中占比将进一步提升，主要系华利在供应商评比中名列前茅，加之公司擅长的休闲运动鞋、慢跑鞋等品种和Nike的需求是相吻合的。扩产计划方面，会根据客户的规划和公司实际情况，稳健扩产。今年已经在越南开了3个新工厂，在印尼有开厂计划。行业的竞争格局相对稳定，基本上没有新进入者，主要是行业的壁垒比较高，对开发技术的积累要求高，量产的管理难度也比较大，客户更倾向于与长期合作伙伴合作。

来访者就关心的内容与公司进行了交流。

Q：鞋履制造和成衣制造的区别？

A：运动鞋制造跟运动服相比，多了模具开发制造、鞋底制造的环节，同时运动鞋的原材料种类也非常多样化。从nike的运动鞋和运动服的制造工厂比较来看，鞋履制造的集中度高于服装行业。

Q：为何公司将厂址定在越南北部？

A：公司当时到越南考察工厂选址，选择了越南北部和中部区域，没有将工厂设在南部的胡志明附近。公司的工厂规模比较大，对劳动力的需求比较多，同时越南工厂的原材料主要靠进口、成品要出口。所以选址一定要当地的劳动力资源丰富，能够支撑公司10-20年的发展，同时港口、物流配套也要比较好。公司参考了台湾制造业向大陆转移的经验以及大陆工业化发展的进程，基于未来长远的规划选择了越南北部。越南南部工业化进程更早一些，工业配套设施要更完善，但是同时随着工业的快速发展，商业、旅游、餐饮等其他产业也会快速发展，造成对劳动力的竞争。

Q：公司扩产时如何权衡人工质量及成本？

A：目前中国劳动力素质最高，但人力成本也最高且进厂就业意愿弱；其次是越南，越

南北部的文化背景与中国相似，经过多年训练后劳动力素质与中国的差距逐渐缩小。缅甸、印尼因产业化进程及宗教信仰问题需要不同的管理思路。公司考量工厂选址时不仅是考虑劳动力成本的问题，也要关注劳动力数量能否满足要求和劳动力素质，鞋厂的主要用工是女工。

从供应链来看，虽然公司产能集中在越南，但原材料多来源于中国，终端销售大多是供欧美市场。中国作为原材料消费国、供给国和大规模消费市场，客观上减少了运输成本，品牌商在大陆仍然保留了相当的产能，可以当地买材料、招工、生产并直接销售给国内市场。相比之下越南、印尼等地对运输要求较高，原材料从中国进口，成品出口给欧美，因此公司也要考虑工厂与港口等交通枢纽间通行是否便利。

Q: 硫化鞋是不是制鞋行业的一个发展阶段，会不会涉及环保问题？

A: 从制鞋的工艺上划分，通常根据在成型环节的差异，分类硫化鞋和冷粘鞋。两种工艺的不同主要是因为鞋底材料的不同，需要有不同的加工工艺。硫化鞋的鞋底主要是橡胶。制鞋业是个工艺很成熟的行业，也是污染比较轻的行业，公司和客户都比较重视环保投入，确保可持续发展。

Q: Nike对于供应商的管理方面，比如社会责任的要求是不是比较高？

A: 不仅是耐克，其实所有的品牌都很关注社会责任和可持续发展，包括超时加班、不公平对待、环保、清洁能源等，品牌通常都是请第三方的机构来审核，包括开始合作的审核、每年的例行审核等。公司也是坚持永续经营、代代相传的经营理念，兼顾员工利益、公司利益、股东利益、客户利益、供应商利益等各方利益。

Q: 公司对品质的管控如何？客户对制鞋厂最重要的考核是哪方面？

A: 客户对制造商的考核，除了社会责任，还包括开发能力、交期、品质等。品质保障是最基本的要求，但各工厂良品率的不同会影响到毛利率。同时，量产交期的管理比较难，因为运动鞋的款式多、工序多、原材料种类多，任何一个环节配合不好，就会导致交期延误。这也是制鞋行业相比服装行业，快反订单的占比不会很高。特别是在去年疫情的情况下，客户的订单有波动和反复，对公司的调度能力和执行力是个很大的考验，我们公司依靠全体员工的智慧和集团的执行力，比较好地应对了去年的疫情。

Q: 通常的交期会有多久？比较长的交期时间大概多久？

A: 原材料的交期会直接影响到我们的交期，其次还跟订单的量有关，一般是在45天-60天，部分订单我们可以2-3周交货，也有订单需要90天交货。

Q: 公司有没有旺季?

A: 休闲运动鞋和慢跑鞋的季节性不明显, 户外靴鞋通常冬季款的量会略大一些。

Q: 毛利率提高的原因有哪些?

A: 第一是因为我们客户结构和产品结构的优化, 不同规模的订单、员工熟练度不同的订单, 最后呈现的毛利率会有差别。第二是工厂内部的效率提升, 公司在疫情的应对中, 做了很多降本增效和精益生产的工作。毛利率的提升在去年四季度的报表中已经开始体现。

Q: 第一季度现金流为什么下降?

A: 今年一季度经营性现金流同比有下降, 但是不是因为今年现金流下滑, 而是去年增加比较多。去年因为疫情原因, 部分客户通过供应链金融的方式提前支付了货款导致去年的收到的现金大幅增加。

Q: 一季度报表上交税费较多是什么原因?

A: 这与公司股权构架有关, 我们的母公司在境内, 收入主要在香港的子公司。由于香港所得税和大陆所得税税率有差异, 所以香港子公司的利润分红给大陆母公司时就导致了需要就分红回来的利润对应的所得补缴税的情况。

Q: 工厂里各个品牌有协同吗?

A: 各个客户的服务团队要保持独立, 包括开发团队、量产产线等。运动鞋的开发周期比较长, 一般我们要提前1年-1年半的时间进行新款开发, 所以产品安全是客户非常关注的, 新产品信息泄露是非常严重的事情。

Q: 订单的分布怎么样? 会考虑扩大国内市场的订单吗?

A: 客户在大陆保留了产能, 大陆的产能基本可以供大陆的市场。我们的量产工厂主要在越南, 在大陆没有量产工厂, 所以我们的产品主要是供客户的海外市场, 运回大陆销售的占比比较小。

Q: 公司会朝其他方向转型吗?

A: 运动鞋的市场比较大, 并且增速也不错, 我们专注做好运动鞋的开发和制造, 应该也是可以保持比较不错的利润空间和增速。

附件清单	无
------	---