

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

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	中信建投 叶乐、秦臻 国泰君安 张爱宁、曹冬青	
时间	2022年5月7日至2022年5月31日	
会议方式	电话会议	
上市公司接待人员	证券事务代表：韩雯	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司简介</p> <p>二、问答环节</p> <p>Q：公司主要竞争格局？</p> <p>A：公司主要竞争对手有三家美国公司。Valdese、Culp、STI。</p> <p>Q：客户下订单的周期如何？是否有订单指引？公司的订单能见度有多久？</p> <p>A：大客户基本以周为单位下订单。他们会根据市场的情况，及时调整自身的仓储水平和销售战略。公司交期是30天，订单能见度约一个月。</p> <p>Q：客户下单的波动性会不会影响公司的产能分配？如果大客户集中下单，公司的产能会出现短缺吗？</p>	

A: 大客户基本是持续性的每周下单。公司在美国的 IT 团队会根据不同客户的历史数据, 以及沙发的销售大数据, 预判客户未来 2-3 个月的下单情况, 随之进行原材料备库。客户下单之后, 工厂随即投入生产。成品库存量较低, 美国的仓库会备少量成品库存, 以应对临时提货、对交期要求特别高的客户。大客户集中下单, 公司会进行一定比例的外协, 募投项目投产后, 公司对集中需求的应对水平将进一步提高。

Q: 公司推出新产品的频率和定价频率?

A: 公司一年开发两季新品, 一年有 3000-5000 的 sku。公司为客户提供搭配好的成套坐具面料解决方案。推出产品之时就已定好了价格。

Q: 公司主要竞争优势?

A: (1) 引领时尚的设计。全球二十多家画稿工作室不断为公司提供新的设计图稿与全新的素材, 公司引领时尚的设计, 能上为客户提供成套解决方案, 以满足不同场景下的需求, 因而客户黏性好、产品价格较为刚性。(2) 质量稳定。公司从纺纱开始每一环都有自己的产业链布局, 每个环节实验室检测, 可以确保每个环节的质量交期都相对可控。(3) 快速交期。预估师会根据以往经验、与顾客的联系和对于市场的判断, 预估下个月的订单, 进行原材料备库和少量成品备库, 使得公司交期远快于同行。较快的交付周期有利于下游客户加快产品周转, 有效利用仓储面积、减少资金占用周期。(4) 优质的服务。公司销售 24 小时内回复客户, 为客户提供实时服务, 满足客户需要。(5) 有竞争力的价格。在美国市场, 公司产品相较于同质产品的价格具有优势。

Q: 21 年提价情况?

A: 21 年提价三次。

Q: 销量收入增大但毛利率没有同步提升的原因?

A: 系汇率变动、原材料及运费上涨影响。

Q: 公司高毛利主要来源?

A: (1) 引领时尚的设计: 布料是沙发的门面, 我们有美国的设计团队, 并且与全世界 20 个画稿公司合作, 可以有最潮流的花样和设计理念, 所以一方面我们引领时尚, 另一方面能够满足客户需求, 我们为沙发厂提供解决方案, 不只是提供一块面料, 比如三人沙发、单人沙发怎么搭配, 古典有哪些花色和风格, 所以我们是市场定价非成本加成定价。

(2) 产业链整合: 保持了稳定的质量和快速的交期, 所以虽然是制造业但是我们有完整产业链和设计性, 所以我们的溢价能力强, 2021 年涨了 3 次价。

Q: 公司上市之后利润率比较公开, 客户是否会要求公司降价?

A: 只要产品好, 有品牌影响力, 客户利润有保证, 对于公司的报价不会有影响。

Q: 房地产周期对公司影响?

A: 美国房地产繁荣会对公司营收产生一定正向促进作用, 楼市景气周期结束还是会有巨大的存量支撑。美国消费者消费习惯不同于国内, 他们一般 2-3 年会更新室内软装, 所以房地产周期对公司影响有限。

Q: 公司有针对汇率做套期保值吗?

A: 公司销售主要采用美金结算, 所以会进行部分套期保值。

Q: 人民币贬值影响?

美元是公司的主要收入币种，美元升值短期内对公司业绩会有
一定正面影响。但由于汇率一直处于波动之中，因此投资者仍需注
意汇率波动风险。

Q: 国内的疫情对公司的生产、原材料采购有影响吗?

A: 尽管有疫情，上海港仍然可以出货，所以公司的出货情况
正常。在上海疫情比较严重的时期，主要是物流价格和时效受到了
影响。公司的运输需要提前报备，来自上海的货运司机也要接受严
格的管理，所以运输的价格上涨、时效延长。公司也会把一部分货
物运到安吉港，通过接驳船直接把货物运到大船上，这部分运输受
疫情影响较小。但是现在上海疫情形势向好，所以公司主要还是直
接走上海港出货。

Q: 2022 年的海外需求情况如何?

A: 2020 年 6 月-2021 年 6 月，美国受疫情影响严重，居民大
多居家办公，政府频频发消费券，房地产市场繁荣，多重因素加持
下，家居行业十分景气，公司订单特别火爆。2021 年 6 月以后，美
国疫情趋于常态化，居民恢复正常办公，政府消费券发放计划终止，
2022 年叠加美国通胀严重，在居民收入没有增加的情况下，生活成
本上涨，所以市场对于家居的需求趋于理性。

Q: 公司设计团队的规模、分工情况如何?

A: 中美共有 10 余位设计师，美国团队负责前端设计，中国团
队负责落地实现。除了美国市场，公司现正在进军墨西哥市场，后
续继续开拓欧洲等市场，未来设计人员会继续增加。

Q: 公司的市场化定价模式是指根据市场供需进行定价吗? 如
果原材料价格波动，利润率是否会波动?

A: 公司的市场定价法是公司的设计、销售等多部门人员会从

多方面评估新产品的价值，给予其合理的价格。但是如果原材料价格或者汇率出现了剧烈波动，持续对公司产生不利影响，公司会向客户协商提价。

Q：公司的市场拓展计划如何？公司会继续提升在大客户的份额还是开发更多的新客户？

A：公司之前受到产能瓶颈的限制，阻碍了公司在现有客户中扩大份额以及拓展新的客户。今年募投项目即将投产，我们的市场拓展计划：（1）新市场拓展，新市场包括墨西哥（产品风格和美国很像，目前有一定的销售增长）、欧洲市场、中东市场，在加上部分内销的客户。（2）品类拓展：目前也在做印花、匹染布、绣花等产品品类。

Q：除了墨西哥之外，公司接下来重点开拓哪一个市场？

A：欧洲和中东。之前公司就已经进入了中东市场，但是疫情导致中东的物流中断，所以公司在中东市场的业务也暂停了。后续疫情好转，公司会重新开展中东市场的业务。欧洲市场目前还在探索之中。

Q：新市场的拓展难度如何？

A：公司希望复制美国公司的模式，在新市场招募本土化的销售和设计人员。如果公司发现当地有好的标的，也可能会充分利用上市公司的优势，与当地的相关企业合作，以加快市场开拓进度。

Q：公司募投项目的新增产能如何消化？

A：募投项目计划 2022 年 6 月底左右投产。首先把织造外协中有知识产权和版权的产品拿回来，织造外协保持 10%-15%的比例比较合适。同时我们也跟客户讲了 2022 年年中公司的产能释放，原有客户下单量的增加、新客户的增加、新品类新市场的拓展、大部

	<p>分外协的回收等各方面共同促进项目早日达产。</p> <p>Q: 公司的产品都是采用 FOB 模式的吗?</p> <p>A: 公司基本上都是 FOB 模式的。除了公司在美国仓库备货, 通过 Z-WOVENS 卖给客户的产品不是 FOB 模式, 但是这部分量较少。</p>
附件清单	无