

附件二：投资者关系活动记录表格式

证券代码： 002404

证券简称：嘉欣丝绸

浙江嘉欣丝绸股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022005

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><input type="checkbox"/>特定对象调研                      <input type="checkbox"/>分析师会议</p> <p><input type="checkbox"/>媒体采访                                <input type="checkbox"/>业绩说明会</p> <p><input type="checkbox"/>新闻发布会                              <input type="checkbox"/>路演活动</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>现场调研</p> <p><input type="checkbox"/>其他 （请文字说明其他活动内容）</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>信达证券 汲肖飞 李俏</p>
<p>时间</p>	<p>2022年10月13日</p>
<p>地点</p>	<p>公司会议室</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事、董事会秘书 郑晓</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>调研公司发展情况（以调研机构提问，公司回答的方式展开）</p> <p><b>一、交流问答</b></p> <p><b>问题一：丝绸行业的格局和发展前景是怎样的？</b></p> <p>答：丝绸行业总量不大，产值在 2000 亿左右。但在国际上具有主导地位，全球 70%蚕茧产自中国。茧丝和绸缎可以主导国际市场产量和价格走势，是我国具有国际比较优势的传统行业之一。鉴于原料的产地优势，我国的丝绸产品在国际市场仍然拥有不可替代的竞争地位。丝绸原料价格高，定位比较高端，蚕吐出的蛋白纤维，比较亲肤、健康和环保，适合做内衣、礼服，消费群体是比较享受生活的中高端消费者。随着近几年丝绸在跨领域新材料应用方面取得了丰富的研</p>

究成果，决定了丝绸在国内外消费市场不可替代的需求，丝绸产业仍具有较大的发展空间。

公司从成立至今一直从事丝绸产品的生产和销售，具有近四十年丝绸行业的生产经营经验，拥有从蚕茧收烘、织绸到成衣制作的较为完整的丝绸产业链，与产业链上的单个企业相比，具备较强的产业链资源整合优势。公司依托不断完善、强化的工贸合作机制，在行业内保持领先，已成为丝绸行业内的标杆企业。

**问题二、公司未来的发展方向是怎么样的？未来的增长点在哪里？**

答：公司深耕丝绸行业近四十年，是行业中的龙头企业，业务涵盖原料到生产制造，到终端贸易，拥有比较完整的产业链。公司在布局时考虑往上游原料端和下游产品端进行布局，原料端主要是金蚕网，产品端包括外贸和内贸，内贸主要是自有品牌“金三塔”。金蚕网和“金三塔”是公司重点的培育方向，也是公司未来发展的主要增长点。

**问题三、能否介绍金蚕网的情况以及开展供应链融资业务的优势是什么？**

金蚕网由公司的控股子公司浙江金蚕网供应链管理公司运营，金蚕网（中国茧丝绸交易市场）成立于1993年，为国内外丝绸企业所共知的行业公共信息平台，网站发布的行业原料价格信息“嘉兴指数”为国际茧丝价格的风向标，在行业内享有很高的关注度、权威性和公信力。

茧丝绸行业的产业链长，季节性强，原料价格高，上游企业多为中小企业，生产周转资金占用量大，且银行难以评估茧丝价值，具有融资难的问题。金蚕网公司凭借在行业内的核心地位，与行业内众多企业建立起了长期稳定的合作关

系，紧密度较高，公司通过金蚕网的信息优势，利用在广西等原料端的自有仓储基地，开展茧丝原料的质押监管业务，较好地把控了融资业务的风险，从而搭建起企业与银行等金融机构之间的桥梁，帮助上游中小企业解决融资难、融资贵问题，供应链融资业务总量稳定增长。

**问题四：自有品牌金三塔的品牌规划是怎么样的？**

答：公司自有品牌“金三塔”始创于1926年，为浙江省“著名商标”、“浙江老字号”、“中国十大丝绸品牌”，金三塔品牌以打造“健康舒适，品质生活”为宗旨，公司这两年抓住“国货潮”的机遇，通过知名主播、店铺直播、社群营销、与敦煌等文化品牌联名等新型营销推广策略，扩大品牌知名度，让更多年轻消费者认知和感受到“丝绸”的魅力，目前“金三塔”品牌在天猫单品类排名中，真丝内裤排名第一，真丝文胸排名第二。除了继续优化真丝内裤和文胸，真丝家居服已成为公司重点发展品类，已逐步成为新的增长点。

**问题五：公司上半年业绩大幅增长的原因是什么？**

答：公司前期抓住海外服装消费市场回暖的机会，提前筹划和布局，优化客户结构，加大新客户开发力度，取得了明显的成效，已形成小众品牌客户与大品牌客户互补并同步成长的良好势态，订单数量大幅增长；同时，公司在境外和内地进行供应链布局，近几年先后在柬埔寨和缅甸建立生产基地，在安徽、河南等地以点带面，布局供应链基地，目前已形成嘉兴本部、东南亚、内地三大供应链集群，较好地承接了增量订单，产能利用率进一步提高。今年上半年公司服装出口业务延续了去年下半年以来的加速增长趋势，主营业务收入和利润同比大幅增加，同时人民币贬值因素增加了公司外贸业务的收益。

附件清单（如有）	
日期	2022年10月13日