

证券代码：873122

证券简称：中纺标

公告编号：2022-147

中纺标检验认证股份有限公司

关于接待机构投资者调研情况的公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

中纺标检验认证股份有限公司（以下简称“公司”）于 2022 年 11 月 11 日接待了 13 家机构的调研，现将主要情况公告如下：

一、调研情况

调研时间：2022 年 11 月 11 日

调研形式：网络调研

调研机构：国泰君安证券、平安养老、建信养老、星泰投资、成泉投资、尚近投资、国融基金、国君资管、宏泉投资、恒丰银行、巨杉资管、申通金浦、HD CAPITAL LIMITED

上市公司接待人员：公司董事、总经理李斌先生，公司财务总监、董事会秘书牛艳花女士

二、调研的主要问题及公司回复概要

问题 1、2021 年我国纺织服装、棉花检验检测市场规模达 69.65 亿元，本公司 2021 年检验检测业务收入 1.58 亿元，占比仅为 2.27%，在行业集约化发展的大背景下，市场占有率仍有较大提升空间，请问未来 3-5 年公司的市占率有望提高多少？

回复：目前，公司检验检测业务以国标检测为主；同时，公司也一直在积极储备外标检测能力。在国标检测方面，募投项目之一晋江运动用品检测实验室项目的建设，将有力支撑公司在运动鞋服领域检测业务的拓展；随着公司检测能力进一步完善、市场布局进一步优化、数字化服务水平进一步提升，公司纺织服装国标检测业务将持续增长。在外标检测方面，公司通过积极开发国际服装品牌客户，实现外标检测业务的增长。

未来，在国标检测业务和外标检测业务双重增长的情况下，公司的市场占有率将得到进一步提高。

问题 2、根据国家认监委的调查数据显示，2015 年至 2020 年，我国检验检测服务营业收入由 1,800 亿元增长至 3,600 亿元，年均复合增长率为 15.70%，检测行业规模保持持续较快增长，2024 年我国检测行业市场规模将超 6,000 亿元。在这种大的行业背景下，公司会考虑进军其他检测领域的业务吗？

回复：近几年，随着我国经济结构的转型升级以及供给侧改革持续推进，检验检测行业也迎来快速发展的契机。公司根据未来战略规划，在深耕纺织服装检验检测领域的同时，会考虑进军有一定市场规模的其他检测领域，实现公司在检测领域的多元化发展。

问题 3、按照《计量法》《检验检测机构资质认定管理办法》等法律法规的规定，检验检测机构需要获得国家市场监督管理部门的资质认定方可开展业务，为检验检测行业设立了较高的行业准入门槛。若未来国家对于检验检测机构资质准入的政策发生重大变化，导致行业准入门槛降低或放开，则检验检测机构的数量可能迎来迅速增长。想请教下这种政策上的变化短期会发生吗？如果发生，公司会做什么样的应对？

回复：《中华人民共和国计量法》是为了加强计量监督管理，保障国家计量单位制的统一和量值的准确可靠，有利于生产、贸易和科学技术的发展，适应社会主义现代化建设的需要，维护国家、人民的利益而制定的法律。同时，依据《中华人民共和国计量法》、《中华人民共和国认证认可条例》等法律、行政法规的规定，制定的《检验检测机构资质认定管理办法》，旨在对在中华人民共和国境内从事向社会出具具有证明作用的数据、结果的检验检测活动以及对检验检测机构实施资质认定和监督管理。基于此，公司判断此法律、法规的政策，短期内不会发生变化。

如果发生短期内实验室资质认定的准入门槛降低或者放开，可能会导致纺织服装检测机构数量有所增长。公司凭借多年在行业标准制修订、检测技术研发、人才队伍建设、实验室区域布局、强大的客户开拓和服务能力、行业品牌影响力等优势，应对市场竞争。

问题4、公司2019-2021营业收入分别为1.61亿元、1.62亿元和1.82亿元，同比

增速分别为0.76%、12.16%，2020年较2019年业绩增长较为缓慢的主要原因？

回复：2020年较2019年业绩增长缓慢的主要原因系2019年底新冠疫情的爆发，公司2020年开拓市场活动受限，叠加客户控制成本等因素影响，公司2020年常规检验检测收入较2019年减少较多。

问题5、疫情刺激居民健康意识提升，叠加国家政策支持，全民运动消费需求迎来新一轮增长阶段，带动运动鞋服行业的市场需求不断扩大。晋江运动用品检测实验室大概什么时候投产，投产后检测占比会提升多少？

回复：晋江运动用品检测实验室投产后，实验室场地大大增加，并且新增多套重要检测设备，检测能力会有大幅提升，预计运动鞋服的检测占比会有较大的提高。

问题6、关于销售模式，直销和代理这两种模式，公司是怎么平衡的？

回复：公司目前服务范围主要为国内客户，采用的是直销模式；代理模式主要是针对国际客户的开发。检验检测行业具有客户数量众多且较为分散的特点，为更好地开拓市场并节约销售成本，公司将具有一定营销实力和客户资源的合作方作为公司的代理商，更好地服务国外优质客户。

问题7、公司一直很重视研发投入，近三年的研发投入有什么样的规划？

回复：公司依托在行业内多年的检验检测经验和技術积累，结合行业未来发展方向，将持续加大技术创新和研发投入，未来三年公司研发投入预计将保持在8%—10%。

问题8、公司近三年销售费用增加的原因是什么？

回复：公司销售费用增长的原因主要系职工薪酬、佣金服务费增长所致，职工薪酬增加的主要原因为公司为了保障业务规模持续增长，加大了各区域市场人员的投入；佣金服务费增长的主要原因系公司佣金代理业务规模增长，按照销售额、合同约定的佣金结算方式确认的佣金金额增长。

问题9、公司检测业务毛利率提升的原因是什么？

回复：公司检测业务毛利率提升的原因主要与检测业务规模增长和成本结构有关。公司成本分为固定成本和变动成本，固定成本主要包括职工薪酬、折旧费、租赁费，约占成本总额的75%左右，变动成本占25%左右，公司成本结构比较稳定。随

着检测规模增长、业务量增加带来的规模效应，单位检测分摊的成本下降，毛利率呈现上涨趋势。

问题 10、请问纺织品检测行业的竞争壁垒类有哪些？

回复：纺织品检测行业的竞争壁垒类主要体现在市场准入壁垒、客户服务壁垒、品牌及公信力壁垒以及技术与经验壁垒等方面。

（1）市场准入壁垒

检测机构出具的检测数据和检测报告广泛应用于投标招标、质量认证、产品研发、政府质量监督等领域，具有“证明”或“公证”作用，因此国家对检测行业实行严格的资质管理制度，使得市场新进入者面临较高行业准入门槛。在我国从事技术检测业务须向所在地主管部门申请计量认证评审，通过评审后，检测机构才具有向社会出具具有证明作用的数据和结果的资质，主管部门会定期对检测机构进行复评检。通常检测机构实验室还需申请 CNAS 认可达到相关标准。因此政府对检测行业的市场准入制度构成进入壁垒。

（2）客户服务壁垒

由于客户的检测需求分散多样，具有金额小、频次高的特点，检测机构需要丰富的产品线以及广泛的销售渠道保证持续的盈利能力，还需要专业、周到的服务体系为客户提供快捷而高质量的技术服务，并能在保持优良服务的同时不偏离公正性原则。

（3）品牌及公信力壁垒

检测机构的品牌代表了该机构的市场公信力和服务质量，直接决定了市场的接受程度。良好的品牌形象和广泛的市场公信力需要长期的行业经营积累以及坚实的技术研发实力作为支撑，品牌影响力构成了潜在进入者必须面临的现实壁垒。

（4）技术与经验壁垒

检测行业的技术，一方面需要对产品特性和产品设计过程熟悉，另一方面需要对产品的安全环保等明确的和潜在的质量特性深入理解，同时还要掌握各种产品的检测技术。因此，随着产品种类的增加，对技术的综合性运用要求更高。

同时，纺织检测行业是一个专业技术服务行业，对专业的人才技术能力要求较高。

综合性检测机构能够一站式的满足客户多样性的检测需求，但综合性检测机构

需要较强的跨行业、跨专业的技术能力，对各专项技术的综合运用能力构成进入本行业的技术与经验壁垒。

问题 11、纺织品检测这个行业和服装生产周期紧密相关，会有季节性吗，怎么应对这个问题？另外，检测是否有时效性要求，长三角的商品可以寄回总部检测吗？

回复：纺织品检测行业会有一定的季节性，但季节性并不是非常明显。服装一般分为春、夏、秋、冬四季，每个季节从订货、下单、生产到销售，基本需要 2-3 月，其中生产周期一般需要 1-2 月。所以四个季节的服装生产周期循环起来，基本每个季度的检测需求较为均衡。

纺织品检测具有时效性，客户基于成本效益考虑，对生产周期控制的越来越紧，相应会压缩产品质量控制的周期。目前公司凭借在国内完善的市场布局，实现就近服务客户，能够及时完成客户送检产品的测试；同时，根据客户的需求，也可以将产品快递至总部进行测试。

问题 12、根据招股书，报告期公司其他技术服务业务，其中认证服务、标准服务收入规模及占比增长较快。2019 年、2020 年、2021 年认证服务收入分别为 346.31 万元、743.89 万元和 862.04 万元，标准服务收入分别为 290.19 万元、711.50 万元和 651.86 万元。增长较快的原因什么？后期对这部分业务的投入会加大吗？

回复：公司为经国家认证认可监督管理委员会批准（批准号：CNCA-R-2004-121），专业从事纺织品、服装和皮革制品领域产品认证服务，是国内较早提供认证服务的第三方机构。受益于全球绿色、低碳、可回收利用理念的增强以及境内外消费者对绿色纺织品、可回收利用纺织品消费需求的持续增长，境内纺织企业接受绿色相关认证需求增加，公司认证业务出现持续增长。公司后期会对认证业务加大投入。

公司的标准服务体现在提供纺织行业标准项目的技术服务，服务对象主要分为国家及地方质量监管部门和行业协会等标准化主管部门及纺织服装生产和品牌企业。近年随着国家政策对标准制修订工作的支持以及消费质量提升需求，公司提供标准制修订服务的能力增强，标准服务收入规模增加。公司未来主要提升标准服务能力。

问题 13、境外客户的拓展对于公司未来发展较为重要，但公司的境外客户拓展工作仍处于初期阶段，公司对这一块有规划吗？

回复：目前公司已经与部分国际知名品牌建立了良好国标测试合作，并积累了较多的与国际品牌客户合作的能力和經驗，这也将为公司未来拓展更多的境外品牌客户奠定坚实的基础。未来，公司将加大欧洲、美国、日本、韩国地区客户的拓展力度并进行外标测试业务。

中纺标检验认证股份有限公司

董事会

2022 年 11 月 14 日