证券代码：002372 证券简称：伟星新材

**浙江伟星新型建材股份有限公司投资者关系活动记录表**

编号：2020-035

|  |  |
| --- | --- |
| **投资者关系活动类别** | □特定对象调研 □分析师会议  □媒体采访 □业绩说明会  □新闻发布会 □路演活动  □现场参观 √其他：电话会议 |
| **参与单位名称及人员姓名** | 华泰证券：方晏荷、李艳光；中信证券：张妮、于聪；安信证券：陈亮、计哲飞；华泰联合证券：刘萱；成泉资本：张沛；上海彤源投资：李华冰；中信产业基金：张喆、赵斌；创金合信基金：李游；北京泓澄投资：高扬；大家资产投资：李超；金元顺安基金：张博；诺德基金：杨雅荃；华泰自营投资：陈喆；上海汐泰投资：杨昆；长信基金：安昀、刘亮；华泰柏瑞基金：徐笔龙；南方基金：刘祎；摩根士丹利华鑫基金：张伟；悟空投资：圣亚军；平安养老：陈晓光；湘财基金：欧阳俊明；Ivy Capital：饶海宁；Value Partner：郑高祥；和谐汇一资产：赵辰；国泰君安资管：肖莹；歌斐资产：韩冬伟；Korea Investment Management Co.,Ltd：蒋颖；Hirain Capital：Han Fei；上海睿亿投资：邓跃辉；农银人寿保险：付方宝；惠升基金：沈路遥；观富资管：王志琦；上海世诚投资：周捷、邹文俊、章诗颖；上海同犇投资：余思颖；兴业基金：陈楷月；华泰证券资管：秦瑞；嘉实基金：丁杰人；国华人寿保险：石亮；浦银安盛基金：陈晨；SPQ Asia Capital Limited：Claire Cao；上海睿扬投资：钟浩；信银理财：薛潇；宁波幻方量化：柴伟；广发银行：陈可桐。 |
| **时间** | 2020年11月24日 |
| **地点** | 公司 |
| **上市公司接待人员姓名** | 谭梅等 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | 1、请问公司第二大股东慧星公司的减持原因？  答：慧星公司本次减持主要源于自身资金需求所致。慧星公司本质上属于财务投资人，增减持属于正常情况，减持公司股票不代表其不看好公司未来发展。  2、请介绍一下控股股东伟星集团的业务情况？  答：控股股东伟星集团有限公司是一家产业相对多元化的民营企业，目前投资控股服装辅料（证券简称“伟星股份”，代码“002003”）、新型建材（即“伟星新材”）、房地产、水电开发、金融投资服务、光学镜片等六大产业。秉承稳中求进、风险控制第一的指导思想，伟星集团所属的六大产业发展都呈现出稳健良性发展态势。  3、请问工程业务今年的增速情况及明年展望？  答：今年工程业务增速不错，相对而言市政工程业务增速更快。展望明年，预计工程业务明年增速会下来，主要原因是：建筑工程业务，受到“三条红线”政策的影响，部分地产商付款条件变化，付款周期被延长，后续可能会影响到房地产的开发量和业务量；市政工程业务，受宏观经济改善的影响，政策推动在逐步减弱、相关项目审批也在放缓，我们预计明年的业务增速可能会下来。  4、请问公司如何看待及应对精装房的趋势？  答：从长远看，精装房的占比会持续提升，但是趋势在放缓，各地的情况各有不同。在一二线城市，精装房比例已经很高，其影响在减弱；在中西部省会城市，我们预计精装房占比还是会快速提升；在三四线城市，精装房的推进速度和力度均不如一二线城市。另一方面，精装房的质量在逐步提高，监管政策在逐步完善，市场环境在向良性竞争方向发展，这个变化更有利于公司建筑工程业务的开展。因此，公司会积极调整和应对，加大力度拓展相关业务，努力实现健康良性发展。  5、请问公司的品牌宣传及渠道变革情况？  答：对于品牌宣传，公司新的品牌形象已经确定，预计下阶段品牌宣传会逐步推出，宣传力度会逐步加大。渠道建设方面，公司一方面进一步下沉到三四线城市乃至乡镇；另一方面，加大在空白市场、薄弱市场的拓展力度，增加网点密度。销售通路方面，加大家装公司的开发力度，公司专门设立了家装大客户事业部，针对跨区域的家装公司积极开展业务，区域性的中小型家装公司则由分公司负责开发，并制定了相应的激励考核措施。  6、请问公司如何保证未来的业绩增速？  答：在业务层面，零售业务通过提高市占率和扩品类，不断做大做强；工程业务通过优选客户和项目，并通过差异化的竞争策略，不断做优做强。为了更好地保障各项业务和公司目标的达成，在团队层面，公司推出了第三期股权激励计划，从而更好地激发骨干团队的凝聚力和创造力，努力推动公司未来的可持续发展。  7、请问公司的建筑工程客户的开拓情况？  答：公司与较多知名房地产商建立了长期战略合作关系，也有部分以项目合作方式开展业务。针对不同客户品牌定位及价值取向，公司会选择匹配度高的房地产商加大品牌入围力度，实现更多的战略合作。同时，公司也在丰富客户结构、拓展业务范围，如酒店、学校、大型工业园等，不断提升业务质量。  8、请问公司新品类的产品成长性如何？  答：目前公司新品类主要为防水及净水产品。家装防水市场容量较大，防水产品属于家庭装修的必需品，我们希望其发展成为公司零售业务第二个主导产品。净水产品，单位货值较高，属于家装业务重要的选配产品，近几年行业增速较快。目前公司防水、净水业务发展情况良好，基本按计划推进。  9、原材料价格回升对公司产品的定价影响？  答：公司产品定价主要采取成本加成法，其中，零售类产品的价格体系一般比较稳定，但如果成本端波动较大，公司会综合考虑制造成本、市场需求、客户接受程度等因素，对产品价格进行适当调整；工程类产品，产品价格随行就市，按单定价。  10、目前农村对于管道的需求比较大，请问公司的开拓及发展思路？  答：农村市场是公司比较重视的市场，一方面，新农村建设正在逐步完善供水、排水管网系统，会用到大量的供水、排水管道；另一方面，农村自建房所需的管道体量较大，公司也在不断拓展该类业务。当然，农村市场的灌溉用管量也很大，由于多种原因，我们这方面的业务涉及较少。  11、简单介绍一下目前的行业竞争格局？  答：目前塑料管道行业属于充分竞争市场，大企业之间的竞争格局相对稳定，但是中小企业面临的问题和困难更多，行业集中度在逐步提升。  12、公司未来各业务的规划比例？  答：近几年公司业务总体会稳健发展，预计工程业务增速短期会高于零售业务。公司每项业务均有各自战略目标和专业团队，每个团队都会根据自己的战略目标不断努力，推动各项业务的长期持续健康发展。  13、请问公司工业园的发展情况？  答：公司工业园发展情况良好。公司一直遵循“先有市场、后建工厂”、“以销定产”的思路进行产能布局，因此在工业园建成后，基本能够很快实现盈利，保证工业园良性健康发展。  14、请问公司如何看待和对待同行的服务模仿？  答：对于行业来说服务意识提升、模仿我们的星管家服务是好的现象，有助于解决客户的痛点问题、并促进同行良性竞争。当然，也会进一步加剧竞争的激烈程度。对此，我们也在不断完善“产品+服务”的销售模式：在产品端，公司根据市场需求不断开发新的产品，同时推广同心圆产品，让业主实现一站式的采购，既方便又能节约采购成本。在服务端，全面升级服务体系，包括服务内容的整合、服务工具的完善。同时，公司也在加强星管家专员的线上及线下培训，不断优化流程、升级形象管理，完善全流程监督，保证服务实施到位，进一步提升服务水平。我们认为，服务可能会被模仿，但是服务的高成本和体系化管理是其他企业面临的两大难题。  15、请问公司华南市场的发展情况如何？  答：华南市场因当地品牌强势、消费观念及装修习惯等不同，拓展难度的确比较大。经过多年的努力，公司已在局部市场实现突破。  16、请问公司设立分公司的作用有哪些？  答：分公司主要有以下三点作用：一是市场开拓，开发更多的经销商以便更好地拓展市场；二是市场管理监督职能，对品牌形象、市场战略、政策执行等进行管理和监管；三是市场服务职能，为经销商提供各类管理、营销以及市场推广培训，并配合其招投标等服务性支持。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年11月24日 |