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：2020-036

|  |  |
| --- | --- |
| **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** | 中银证券：陈浩武、余斯杰、董磊、凌云、顾邵威；海通证券：冯晨阳、申浩、钮宇鸣；华元恒道：杨凡雷；华泰证券：陈喆、陈亮；华安基金：李晓峥；幸福人寿：李训勇；太平基金：卢文汉；北信瑞丰基金：王鹏；天弘基金：杨大志；海富通基金：陈晓翔；中信建投自营：戴雨横；富国基金：郭舒洁、李淼；中邮保险：杨琛；中信建投资管：易杰锋；中泰资管：王桃；中融基金：徐稚涵；中科沃土基金：徐力；中国人保资管：王丽雯；圆信永丰基金：蒋莹诗；永赢基金：王佳音；银湖资产：王申；易鑫安：于淼；燕园资本集团：焦俊凯；寻常投资：姜荷泽；兴证资管：刘欢；前海联合基金：郭泰；新华基金：蔡春红；万家基金：郑中天；天安人寿保险：高婧；钦沐资管：谢佳妮；聆泽投资：李广杰；东方证券资管：裴政；日盛投信：张潇；平安基金：刘杰；诺德基金：黄伟；金元顺安基金：张博；时盈投资：顾之也；嘉实基金：刘岚、谢泽林；汇添富基金：邵蕴奇；华泰保兴基金：符昌铨；工银安盛人寿：林高凡；财通自营：郭琦；铂睿资管：陈宫；泊通投资：田野；Sun Wing International Asset Management Limited：Donald Yu、Bin Li；Power Pacific Coporation Limited：Dsmile；富达基金：Alex Dong等。 |
| **时间** | 2020年12月4日 |
| **地点** | 公司 |
| **上市公司接待人员姓名** | 李晓明等 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | 1、请简单介绍一下公司三季度的经营业绩情况？  答：公司2020年前三季度营业收入为32.20亿元，同比增长3.22%,净利润为7.34亿元，同比增长6.04%；第三季度营业收入同比增长39.54%，净利润同比增长51.76%。  2、请问公司第三季度业绩高增长的原因有哪些？  答：公司第三季度业绩增长较快，主要原因有以下三点：一是去年第三季度受台风、精装房等因素影响，导致业绩基数较低；二是今年上半年受新冠疫情的影响，公司业务特别是零售业务需求受抑制后集中在第三季度释放；三是工程业务保持了良好的增长态势，特别是市政工程业务受益于政府政策推动以及内部调整优化影响，呈现了快速健康的发展态势。  3、请问公司对于四季度及明年的增速展望？  答：我们认为对于四季度及明年而言，应该会回归相对正常的稳健发展态势，不会有第三季度这样的高增速，主要原因为：1）零售业务仍会受到精装修占比提升的影响和疫情的干扰。2）对于建筑工程业务，“三条红线”政策会对房地产企业产生持续影响，后续可能会影响到材料供应商的付款政策和销售。3）对于市政工程业务，受宏观经济环境改善的影响，政策推动在逐步减弱、部分项目审批也在放缓。对此，公司会坚持一贯的积极进取、“稳中求进”方针，努力推动企业的高质量稳健发展。  4、请问公司如何看待精装修的趋势及发展？  答：从长远看，精装修的占比会持续提升，但是趋势在放缓，各地情况略有不同。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。  5、请问公司零售业务的开展思路？  答：公司采取了多种措施来开拓零售业务：一是提升市占率，加大在空白市场、薄弱市场的拓展力度，加快渠道下沉；加强对次新房、二手房交易以及二次装修等存量市场的开发。二是积极推进同心圆战略，提升产品配套率，提高户均额。  6、请问公司防水、净水业务的发展情况？  答：目前公司防水、净水业务发展情况良好，增速较快，但是目前业务体量较小，仍处于打基础的阶段。  7、请问公司的产能布局情况？  答：公司在国内建有五大生产基地，基本上能覆盖全国各个区域，每年会遵循“以销定产”的思路决定是否新增相应的产能。目前公司产能基本能够满足销售端的需求。  8、请问近期PVC原材料成本上涨对公司的压力及影响如何？  答：公司PVC产品占比不大，并且于年初针对PVC原材料采取了一些锁价措施等，因此PVC原材料成本上涨今年对公司影响应该不会太大。  9、请问公司对原材料的价格变化的应对以及产品调价机制？  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、请问公司目前品牌宣传情况及未来广告费的情况？  答：对于品牌宣传，公司新的品牌形象已经确定，近期也对一系列产品进行了推广宣传，后续将逐步加大宣传力度。同时公司对于广告费用的使用会更具针对性，使广告投入更有效果，未来广告费的绝对额会提升，但是占比会趋于稳定。  11、请问公司目前一级经销商及销售网点的数量？  答：公司目前一级经销商有1000多家，销售网点截止半年度有27000多个。  12、请问公司如何对工程业务的应收账款进行管理？  答：公司坚持风险防控原则，一般应收账款控制在3个月内；对于一些资信度较高、收款风险较小的客户，例如国企、央企等集团性、持续性的大客户，会适当延长账期。总之，公司会在做好业务拓展的同时严控资金风险，以保证工程业务健康良性发展。  13、请问公司防水业务突破的难点在哪里？  答：公司防水业务拓展的难点主要有：一是新业务的品牌积累不够，品牌想要得到消费者对伟星管道同样的认可和信任需要一定时间的积累；二是渠道与通路需要拓宽，公司防水产品的渠道通路与管道产品大多同渠道，协同性较好，但并不完全一致，需要不断拓展；三是应用场景不一样，不同产品会有不同的施工、服务标准，新产品需要根据其特点制定相应的标准和流程。  14、请问公司未来资本开支的规划？  答：目前公司主要的资本开支为现有生产基地扩建和产能的新增，总体规模不大，也相对稳定。  15、请问公司的分红政策有无变化？  答：公司的分红政策在《公司章程》、《公司未来三年（2018-2020年）股东回报规划》作了明确规定，总体比较稳定。公司每年的利润分配方案会综合自身发展实际和战略规划、现金流状况、股东意愿、外部环境等因素，并充分考虑投资者的合理回报后决定。  16、请问公司零售端的竞争优势？  答：公司零售业务的主要竞争优势为：一是高端品牌的知名度和美誉度；二是扁平化的营销渠道和提供完善的“星管家服务”；三是雄厚的技术研发实力；四是深厚的企业文化与优秀的管理团队。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年12月4日 |