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：2021-011

|  |  |
| --- | --- |
| **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** | 中金公司：李可悦、龚晴、杨茂达、刘佳成；中环资产：徐赟研、陈伟豪；鲍尔投资：罗贤润；盈峰资本：Tiffany；CCBI：RucyZhang、李嵘；方源资本：Daisy；腾跃投资：丁嘉睿；南京银行：王泷皓；高盛证券：郑睿丰、卢佳玥；中信建投证券：易杰锋；国信证券：章耀；财信证券自营：陈书剑；中银基金：刘腾；中信信托：高扬；挚信资本：薛良辰；征金资本：王平；银河基金：神玉飞；信达澳银基金：刘维华；弢盛资产：赵储祥；泰康资管：李瑞；首域投资：陈希华；守正基金：邢程；石锋资产：边康祥；景林丰收：范欢欢；谊菁汇投资：初小丹；陆宝投资：杨凡雷；睿远基金：陈烨远、任斯南；摩根资产：高芸；利檀投资：毛志伟；拉扎德资产管理：卢盈文；金石同方投资：江唯佳；汇添富基金：杨瑨；花旗：张艺佳；泽泉投资：张添宝；海富通基金：陈晓翔；国金资管：徐成；光大资管：劳于晨；高盛资产：纪美惠；富达基金：董如枫、周波；东方阿尔法基金：潘令梓；鼎晖投资：吕聪；大成基金：赵鹏；碧云资本：宋嘉琦；毕晟资产：孙鹏；PAG 投资：齐新；Millennium：TobyLiang；Keywise：Sean等。 |
| **时间** | 2021年4月19日下午 |
| **地点** | 公司 |
| **上市公司接待人员姓名** | 谭梅、陈安门等 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **一、公司董秘兼副总经理谭梅女士作公司基本面情况介绍**  **（一）公司2020年经营情况**  2020年新冠肺炎疫情在全球范围内爆发，打破了正常的经济与生活秩序，全球经济增速全面下降甚至萎缩。疫情面前，中国政府采取了强有力的防疫措施，在全球范围内率先控制住疫情，及时出台了各类扶持经济发展的政策，扎实推进“六稳”“六保”工作，中国成为全球主要经济体中唯一实现经济正增长的国家。受新冠肺炎疫情的影响，2020年塑料管道行业的发展也呈现出“先抑后扬”的发展态势，上半年施工推延，需求疲弱，下半年随着疫情得到控制，需求逐步恢复，估计2020年全国塑料管道总产量与2019年基本持平，其中市政基础设施领域的塑料管道增速较为明显；建筑家装类塑料管道受疫情影响较大，需求有所下降，行业集中度进一步提升。  面对错综复杂的大环境，报告期公司坚持以“可持续发展”为核心，艰难时刻保持战略定力，非常时期发扬伟星精神，逆势寻机、创新求变，努力减少疫情及行业变化的冲击，最终实现规模和效益双增长。2020年公司实现营业收入51.05亿元，比上年同期增长9.45%，完成年度目标的104.18%；归属于上市公司股东的净利润11.93亿元，比上年同期增长21.29%。  **2020年度公司重点工作情况如下：**  1、凝心聚力，共克时艰，快速复工复产逆势有为。面对突发的新冠肺炎疫情，公司第一时间成立疫情防控领导小组，科学组织疫情防控，保障员工安全的同时快速启动复工复产。同时，星工会主动奔赴武汉、河北等地援建疫情隔离点，各地骨干员工自发支援抗疫一线，积极承担社会责任，戮力同心，打赢抗“疫”战。  2、危中寻机，奋斗为本，“双轮驱动”实现逆势增长。零售业务积极应对疫情防控导致业务受阻、市场需求低迷、行业竞争加剧等市场变化，因地因时制宜，加快市场布局与渠道下沉，加强模式创新与市场攻坚，多举措拓展同心圆业务，积极培育新的业绩增长点。报告期，零售业务先抑后扬，实现逆势增长，防水、净水等其他产品同比增长16.01%。工程业务持续结构性调整，不断优化业务模式，同时聚焦重点客户与核心业务领域，积极把握市场机会，实现快速健康发展。  3、集约管理，聚焦转型，打造卓越制造基地。报告期，公司紧扣质量、成本、交期三大核心，立足“精益、智能、服务”三大转型，着力打造卓越制造基地。一是全面升级精益生产模式，多途径降成本，全过程控品质，全流程提效率，“全价值链质量数字化管控模式”被评为浙江省“十大先进质量管理办法”，制造绩效有效提升。二是以“打造国家智能制造新模式”为抓手，数据集成，打通信息通路，自动化与信息化有效融合，使制造更智能、管理更高效。三是紧扣“产销互动”要求，构建产销一体化服务响应保障体系，实现信息及时响应，问题高效解决，为业务拓展提供强大保障。  4、因“市”利导，创新研发，构筑技术“护城河”。报告期，公司不断推进研发创新，增强核心竞争力：一是内外共抓，优组织提效能，激发研发活力；二是紧扣业务需求，不断完善产品线及应用技术的研发，巩固公司核心竞争优势；三是技术与设计两条腿走路，力促核心关键技术落地；同时加强科研平台建设，做好前瞻性项目的规划与储备，构筑技术“护城河”。报告期，公司在研项目60多项，其中省级新产品立项10项、鉴定6项；申报专利269件，其中发明专利48件。  5、以人为本，实战赋能，强化组织能力提升。报告期，公司大力弘扬伟星“艰苦创业、攻坚战、工匠、改革创新”四种精神，着力“精兵强将”与“组织活力”两大重点，加强团队组织能力提升。一是针对三大业务板块加强一线赋能，打造活力组织；二是聚焦关键岗位，创新管理，加快组织能力转型；三是大力发展和储备年轻骨干力量，持续推进组织优化，企业持续发展能力进一步增强。  **（二）公司2021年发展规划**  2021年公司发展战略：坚持以“可持续发展”为核心，深入贯彻“稳中求进，风险控制第一”的经营思路，持续转型升级，纵深优化企业发展模式；同时，以结构性调整为主线，聚焦管道主业，大力发展同心圆产品链，着力培育新业务，厚植新动能，打造强梯队，逆势实现新发展！  奋斗目标：2021年公司营业收入目标力争达到58.60亿元，成本及费用力争控制在44.20亿元左右。  重点工作：①持续推进零售、工程“双轮驱动”战略，加速市场的全面拓展。②以服务促经营、创新提效能，深化生产制造的转型升级。③以研发为先锋，实现传统产品升级和前瞻技术突破。④抢占后疫情时代机遇，加快推进国际化步伐。⑤加快推进多品牌建设，提升伟星品牌的整体形象。⑥持续优化人才结构，强化组织能力促经营。⑦积极把握市场机遇，促进实业经营与资本运营的良性互动。  **二、互动问答**  1、请问公司华北、华东区域2020年下半年增速较好的原因？  答：华东市场增速较好的原因主要为：一是华东市场疫情控制较好，影响相对较小；二是华东市场精装房占比提升的影响趋于减弱；三是在华东市场，公司品牌的影响力及渠道较强，同心圆业务发展较好，户均额的提升加快；四是该区域工程业务呈现快速良好的发展态势。华北市场增速较好的原因主要为：一是工程业务尤其是市政工程业务增速较快；二是在华北市场零售业务的影响力不断提升，市占率提升较为明显。  2、请问公司防水和净水业务2020年的销售增速及未来的业务规划？  答：公司防水业务以零售为主，受疫情影响明显，增速相对不快。净水业务可以通过线上进行销售，受疫情影响较小，其增速相对较快。未来防水业务和净水业务都是公司重点培育的项目，家装防水产品属于家庭装修的必选消费品，我们希望其发展成为公司零售业务第二个主导产品；净水产品为可选消费品，属于重要的配套产品。公司会在规划布局、资源匹配、团队激励机制等方面给予相应支持，相信这两块业务未来也会有很好的发展。  3、原材料价格上涨对于公司的影响及应对措施？  答：2021年公司已经感受到原材料价格上涨的压力，对此，我们进行了积极调整应对，一方面对内深挖潜能，降本增效，通过技术改造降本降耗，通过自动化、信息化融合，提高生产与管理效率；另一方面向市场要效益，对相应产品进行提价，转移部分成本到市场终端。目前总体情况比较良性。  4、请问公司年报和业绩快报的数据存在一定差异的原因是什么？  答：公司2020年度报告与2020年度业绩快报所披露的财务数据存在差异，主要系公司财务部门的核算口径与会计师事务所的审计口径部分存在差异所致。  5、请问公司2021年的资本开支计划？  答：今年公司的资本开支会略有增加，主要为：一是上海工业园的扩建；二是泰国工业园的建设。  6、公司投资的东鹏合立的运行情况？  答：公司设立东鹏合立的初衷是战略性投资项目和财务投资项目相结合，特别希望通过该平台找到一些适合公司产业链发展、协同度高的新项目，加速公司的产业升级和成长。但是，实际操作过程中战略配套项目比较难找，所以目前投资的基本上都是财务性投资项目。但不管是哪一类，东鹏合立的投资都坚持了“风险控制第一”的理念，目前运营情况良好，投资风险不大。  7、公司未来分红情况？  答：公司未来的分红政策会遵循《公司章程》、《公司未来三年（2021-2023年）股东回报规划》等规定，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。  8、请问公司华东区域渠道下沉的现状及规划？  答：公司在华东区域的渠道建设总体不错，目前很多地方已经下沉到乡镇层级， 未来在华东区域的部分薄弱区域也会进一步加快渠道下沉。同时，我们也会加大同心圆产品链的推广，加速落地，提高户均额，并依托于现有的经销渠道，积极拓展家装公司、水工工长等多种方式来提高公司的市占率。  9、公司如何发挥星管家的协销职能？  答：星管家属于公司的服务品牌，主要是匹配管道安装后的验收服务，星管家在服务的过程中，可以适当推荐防水产品和净水产品等，有一定的成效，为辅助渠道。  10、公司在高端精品房中是否有拓展业务？  答：公司产品定位高端品牌，目前主要通过建筑工程事业部积极承接品牌地产开发商以及大型工装公司的相应业务。  11、请问公司产品在新房、二手房的应用比例情况？  答：不同区域市场的具体比例有所不同。目前全国整体看还是以新房为主，北上广深等一线城市的二手房应用比例相对其他区域要高一些。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2021年4月19日下午 |