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：2020-012

|  |  |
| --- | --- |
| **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** | 摩根士丹利：陈航杰；Anatole Investment Management：Vincent Qin；花旗集团：Eric Lau、Janice Zhang；Highclere International Investors：Jan Klincker。 |
| **时间** | 2020年5月26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、请介绍一下公司主要产品情况？答：公司主营产品分为三大系列：一是PPR系列管材管件，主要应用于建筑内冷热给水；二是PE系列管材管件，主要应用于市政给排水、燃气、热力、采暖等领域；三是PVC系列管材管件，主要应用于排水、电力护套等领域。同时，公司也在培育家装防水、净水等业务。2、目前管道市场较为分散，公司主要的竞争优势有哪些？答：经过多年稳健持续发展，公司在产品品牌与品质、技术与研发、营销模式及渠道、企业文化和管理团队等方面形成了较强的综合竞争优势。3、公司如何看待精装修趋势及应对措施？答：精装修占比提升是一个长期趋势，但鉴于中国的国情我们认为不会完全取代毛坯房。面对这一趋势，我们的态度是直面变化，积极调整，拥抱新政策与新趋势。一方面，积极把握精装修带来的机遇，我们通过不断完善建筑工程事业部的业务模式来承接大量的房产工程业务，并通过优选客户和项目，采取差异化竞争策略，走产品组合、系统化的道路，促进其健康快速发展。另一方面，针对零售业务，公司积极进行调整优化与转型升级：一是根据市场及消费者的需求变化及时调整重点，加大重点销售通道的维护与开发；二是加大在空白、薄弱市场的拓展力度，增加网点密度，同时在成熟市场加快渠道下沉，不断提升市场占有率；三是在品牌认可度较高的区域积极拓展同心圆产品链，提高户均额。4、请问公司业务的回款周期是多久？答：公司零售业务大多为现款现货；工程业务的账期一般在3个月左右。5、去年公司三季度收入增速下滑的原因是什么？答：公司去年营业收入增速放缓，是多重因素所致，主要为：一是近几年宏观经济形势严峻，市场竞争加剧，零售消费市场明显受到影响，总体呈现低迷；二是行业变化较大，近两年尤其在一、二线城市特别是华东市场，毛坯房的成交量大幅下降，从而对零售市场造成了较大的冲击，而公司部分区域调整应变速度不够快、执行公司的思路不够到位；三是公司市政工程业务基于长远健康发展的考虑，2019年继续结构性调整和优化，导致收入短期下降，但经营质量提升明显。当然，去年三季度还叠加了台风灾害、渠道去库存等因素的影响。6、公司对市政工程业务有哪些调整？答：公司对市政工程业务的调整主要有以下几个方面：一是优选客户和项目，重点开发大型的、长期可持续发展的客户；二是对经销和直销比例进行结构调整；三是业务模式的调整与优化，将服务导入工程业务；四是开发技术含量和附加值更高的新业务领域，如油田、船舶等，提升产品竞争力。7、公司如何看待零售业务的竞争格局？答：零售业务越来越集中到品牌企业的竞争，这种竞争属于良性的竞争。较多同行开始提供各样的服务，有利于行业提升服务意识，让消费者受益。公司在销售过程中不断升级“星管家”服务，做到“人有我优”，具体如下：一是强化服务优势，整合服务平台；二是提升服务的规范性和有效性，公司目前采取智能化软件和工具，加强监督管理，让服务做的更加有效；三是做好“星管家”的宣传，让消费者看到差异化，做好服务体验和分享。8、请问公司今年的分红比例是否会有变化？答：公司的分红政策相对稳定，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。公司每年的利润分配方案都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。9、疫情对公司经销商的冲击如何？答：公司的经销商总体抗风险能力较强，疫情影响总体不大。10、请问公司未来的发展战略？以及主要业务增长点？答：公司坚持“零售和工程双轮驱动”战略。对于建筑工程业务：积极把握精装修市场机会，并拓展业务领域，确保健康快速可持续发展；对于市政工程业务：公司将继续深化结构性调整，提升服务增强竞争力，同时积极开拓新业务领域包括油田、船舶等，实现稳健良性发展；对于零售业务：通过提高市占率和推进同心圆战略，促进其稳健发展。11、公司有没有考虑并购事项？过去是否有发生？答：公司一直在积极寻求不断做强做大公司业务的途径，包括寻找一些能够与现有产业形成协同效应、或代表未来发展方向且富有潜力的新兴领域的标的。但截至目前，公司尚未找到合适的标的。12、请问公司目前的市场份额大致是多少？未来还有多少提升空间？答：目前公司产品全国市场占有率比较低，估计PPR全国市占率为8%左右，未来还有非常大的提升空间。13、请问公司有没有考虑扩大产能？答：公司一直遵循“以销定产”的思路进行产能布局，每年会根据市场拓展情况新增相应的产能。14、请问目前国内塑料管道行业的发展增速情况，以及未来几年的发展趋势和增速判断？答：目前国内塑料管道行业发展从初期的高速增长逐步进入平稳期，2019年塑料管道总产量同比增长2%左右。预计未来五年行业仍将保持平稳增长态势。塑料管道作为基础建材，具有环保、节能、低碳的属性，符合国家政策导向，以塑代钢仍是长期趋势。行业将在稳步发展中调整、优化产业结构，其中各种改性、复合的管道逐渐兴起，应用领域得到进一步拓宽，未来燃气、供暖、农业农村现代化以及工业领域的应用比例将不断提高。同时国家更加关注环保、安全，大力发展绿色建筑，例如地下管廊、海绵城市、棚户区改造、装配式建筑及全装修等，可能会对行业的产业结构带来大的变化。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年5月26日 |