**证券代码：300737 证券简称：科顺股份**

**科顺防水科技股份有限公司投资者关系活动记录表**

 编号： 2021-001

|  |  |
| --- | --- |
| **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 |
| **参与单位名称及人员姓名** | 国金证券：丁士涛 涌峰投资：王泷皓华泰证券：方晏荷 鹏华基金：王云鹏 |
| **时间** | 2021年1月6日 、1月7日 |
| **地点** | 公司会议室、线上交流 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事会秘书：毕双喜；证券事务代表：李文东 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | （一）公司介绍公司董事会秘书毕双喜向参加调研活动的人员详细介绍了公司的主要情况，包括：防水行业整体概况、公司战略规划、产能布局、上下游情况等。（二）会议交流1、请问公司2021年产能规划如何？毕双喜：公司目前在全国布局10个生产基地，分别在佛山、昆山、南通、重庆、德州（包括二期和三期）、鞍山、荆门、渭南、三明（在建）、广西（筹建），从产能覆盖来说已经基本完成了全国布局，产品运输半径在500公里左右，这些生产基地选址均靠近下游市场需求，同时满足原材料充分供应，实现上下游物流费用及响应及时度的综合最优化。公司在2020年实现荆门和渭南两个生产基地投产，且这两个生产基地产能仍在持续提升，同时公司在原有的佛山和德州生产基地均建设了二期项目（德州二期占地面积是一期的两倍），并于2020年四季度正式投产，预计在2021年能够充分释放产能。此外，公司福建三明生产基地已经动工建设，德州三期及广西生产基地项目也正在筹建，预计未来三年公司整体产能将保持40%左右的复合增速，满足公司未来几年的业绩规划。2、请问公司布局生产基地的整体策略如何？毕双喜：公司对于建设生产基地一直较为理性，在产能投放节奏方面与公司战略规划同步，在满足产品交付及时性的前提下，尽量保持较高的产能利用率，实现生产成本的最优化。同时在布局生产基地时，我们坚持综合统筹市场需求、原材料供应、地方产业政策、交通状况、人力资源、管理成本等多方面因素，既不盲目在全国各地建厂，也不偏居一隅，在充分的市场调研和综合成本测算分析后最终选择如何布局。3、请问公司2020年投产的生产基地原材料储存能力如何？毕双喜：公司2020年投产的荆门、渭南和德州二期生产基地中，原材料仓储能力较以前的生产基地有大幅提升，主要原因系这3个新投产的生产基地占地面积较之前的大，有更多的空间用来建设储罐。鉴于沥青的储存成本（占地、加热、资金占用、价格波动风险）较大，公司也考虑通过远期现货锁价等方式锁定原材料采购成本。4、请问公司预计2021年沥青等原材料价格走势如何？毕双喜：沥青价格主要受国际原油价格及国内需求影响较大，而国际原油价格受国际政治经济形势、疫情防控、产业政策等多方面影响，其价格影响机制复杂多变，公司也很难准确预测今年沥青价格变动情况，但公司对此也做了相应的预案准备，一方面在原材料采购端密切关注价格变动趋势，采取灵活的采购政策，适当增加仓储量以及开展远期现货锁价安排；另一方面，公司可通过优化产品结构，提高非沥青基产品占比，或进行配方改良，减少沥青耗用量，降低受沥青价格波动影响程度。同时，随着行业集中度及公司品牌知名度不断提升，公司对上下游的议价能力在显著增强，即使出现原材料价格大幅提升，公司也可以有效将成本压力部分转移到上下游，保证公司盈利能力的整体稳定性。5、请问公司对2021年市场需求如何判断？毕双喜：国内建筑防水行业市场容量在2000亿元以上，但目前集中度还比较低，公司市占率还不到4%，未来成长空间巨大，近年来，随着人们对防水质量的追求提升，业主及建造单位更加重视防水的品牌及质量，品牌防水企业获得的市场份额在不断增加，防水行业集中度在加速提升，这个趋势未来几年仍将持续。我们认为2021年防水行业市场需求仍旧旺盛，尤其是对品牌防水企业而言更是如此，主要原因如下：（1）房地产投资稳定增长且向头部集中2020年受疫情影响，房地产增长有所放缓，随着国内疫情防控到位，房地产投资在2021年预计将继续保持稳定增长，而防水属于建筑的刚需，并且要专项验收，无论地产开发楼盘属于毛坯房、精装房、经济适用房、廉租房等各种用途，都不能不做防水。同时地产市场份额向头部企业集中趋势明显，而头部企业往往对防水更加重视，对防水品牌及质量要求更高，且头部企业项目均分布在全国各地，要求防水供应商必须全国布局，保证供应及时性，目前防水行业实现全国布局的企业为数不多，在品牌知名度和质量、服务都能满足头部地产企业要求的企业更加少，而科顺则能够满足绝大部分地产开发商的硬件要求。（2）基建投资增加，2021年是基建防水需求大年2020年，国家及各地政府相继推出了大量基建投资计划，这些投资计划已陆续落实，预计在2021年将进入防水需求阶段，大量的基建投资将带来更多的商业机会，尤其是近几年随着基建领域“最低价中标”现象的持续改善，以及项目负责人终身责任制的政策落实，基建领域对防水品牌的认可度越来越高，对质量的要求也越来越严格，更加倾向于选择品牌知名度高、质量可靠、服务意识强的供应商。而科顺目前在基建领域的收入占比仅20%左右，公司2020年也相继成立了各个基建领域的专项事业部，增加了基建市场开发的人员配置及资源投入，预计2021年公司在机场、高铁、市政、桥隧等基建领域的业务将继续保持高增长。（3）直销领域加份额，经销领域补短板科顺目前正在合作的百强地产家数为60多家，还有30多家百强地产因为各种原因没有合作，未来这些地产都是我们的重点开发客户，我们的目标是覆盖百强地产的80家以上。同时，在这合作的60多家百强地产客户中，科顺的供应份额也不高，供应份额仍有较大的提升空间，近年来，随着公司经营规模不断扩大，全国布局更加完善，品牌知名度显著提升，服务得到客户高度评价，公司在客户的供应份额在逐年增加。另外，公司在2020年提出要提高经销商收入占比，争取到2022年实现经销占比50%，发展经销商能够充分利用经销商的社会资源，将业务触角深入到在全国各地、各行业，充分发掘小而美的项目，实现渠道进一步下沉，供应及服务更加精细化。6、请问2021年公司产品销售价格是否调整以及公司如何应对？毕双喜：由于疫情等影响，2020年沥青价格较2019年有所降低，我们在2020年也对经销商体系进行了调整，在部分产品价格、物流费用、推广费用、返利等方面均适度让利，预计2021年在经销商领域的产品价格将整体保持稳定。在战略地产客户方面，我们近期也正在陆续与客户进行洽谈，也收到了部分客户希望适当降价的需求，我们也会综合考虑每个客户的具体合作情况，在价格、账期、支付方式、供应产品、供应区域等方面开展双赢的合作方案。即使销售价格有所降低，对此我们也做了相应的预案，通过公司产能利用率的提升、生产效率的提高、配方的优化、产品结构的优化、销售渠道的优化、客户结构的调整、物流费用的降本、信息化运营以及人均效能的提高等措施来降低生产、销售、管理费用，消化产品销售价格调整带来的不利影响。经初步测算，公司对2021年收入持续稳定增长以及盈利能力保持基本稳定持乐观态度。 |
| **附件清单** | 无 |
| **日期** | 2021年1月7日 |