

证券代码：301227

证券简称：森鹰窗业

哈尔滨森鹰窗业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-002

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 电话会议 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	本次会议由西部证券组织，会议主持人为西部证券万静远先生，共有 32 名机构投资者参会，与会人员名单详见附件。
时间	2023 年 1 月 12 日（下午）15:00-16:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书邢友伟，投资者关系总监武金鹏
投资者关系活动主要内容介绍	<p>Q1：公司认为窗行业市场集中度低于其他家居建材细分子行业的原因是什么？</p> <p>A：目前国内行业集中度比较低或者头部企业收入规模较小的主要原因：</p> <p>1、我国幅员辽阔、气候多样，窗与气候条件密切相关。不同气候区对外窗的传热系数、设计标准、技术指标和评价等均有差异；2、区域经济发展水平、消费能力和生活习惯不同，消费喜好有差异，具有一定的区域特征；3、窗行业相对注重现场体验和本地化服务；4、对交付周期和售后服务快速响应的要求相对较高；5、产品个性化要求高，窗企需要具有大规模、定制化生产能力，同时有较强跨区域服务能力。</p> <p>未来，伴随产品差异化、行业品牌化的深入，以及更多的头部企业完成全国生产布局、全国营销渠道和服务体系建设，行业市场集中度的提升趋势较确定。</p> <p>Q2：公司大宗业务如何进行风险把控？</p> <p>A：公司产品以节能为基础，定位中高端建筑外场领域，对于</p>

大宗客户的付款方式、付款比例、毛利率水平都有要求。公司针对大宗业务渠道采取事先、事中和事后的全流程控制措施。在向大宗业务客户投标或商务谈判前或过程中，重点关注大宗业务客户的股东背景、资信情况、诉讼情况和行业排名等情况，了解其市场口碑、楼盘定位、项目特色等，在结算条件方面坚持收取预付款、银行汇款回款等。尤其对部分持续采用高杠杆模式运营的房地产客户，更为审慎的进行评估。公司在付款节点方面一般要求有预付款等，在支付方式方面一般要求为银行汇款，而非商业承兑汇票。

此外，相比于同行业公司，公司的坏账准备计提政策是谨慎的，例如对于账龄在 3 年以上的应收账款计提 100%坏账损失，对某些风险特征明显不同的应收账款进行单项计提等等，公司对应收账款坏账准备计提充分。

Q3: 大宗地产客户合作的付款节奏?

A: 对大宗业务客户，公司一般按照合同约定的进度收取合同款项，设置多个付款节点。付款节点一般包括预付款、护框安装完毕、货到现场、产品安装完成并验收通过、双方决算验收和质保等阶段，各付款节点的付款比例因具体项目不同而有所差异，一般情况下，双方决算验收时付款至合同总价的 95%-97%，另有 3%-5%为合同质保金，待质保期满后支付。例如，预付款 30%、护框安装款 30%、到货款 10%、安装完毕 20%、验收环节 5%-7%，质保金 3%-5%。

Q4: 接受高端产品价位的客户占总客户需求的体量和如何降低获客成本?

A: 接受较高价位门窗产品的客户比例，目前行业缺少较为权威的数据，若按照巴莱特的二八定律粗略推测，此类客户约占比 20%左右。我国中高端门窗的消费起步较晚，市场普及度尚不足，与其他中高端家居建材消费相比，客户群体还有较大的提升空间。

未来降低获客成本的方式：第一，公司在大宗业务渠道上，一般通过招投标或商务谈判等方式取得大宗业务项目，并与开发该大宗业务项目的房地产项目公司（业主方或发包方）或建筑

施工企业及装修装饰公司（承包方）签订销售合同，短期内不会有较大的变化。公司一直秉持与大宗客户长期合作、互惠互利的理念，以期通过长期合作降低获客成本。第二，在经销商渠道上，公司正在引导经销商从“坐商”向“行商”转变。除了传统的零售门店，鼓励经销商发展“1+N”的模式，经销商利用自己的资源和渠道，在周边县市和区域寻找设立分销商，拓展零售网点布局。鼓励经销商不拘泥于传统家居卖场的销售模式，通过物管新零售、设计师渠道、同业异业联盟、线上渠道等多种渠道和模式深耕当地市场，增加产品与消费者的接触频率，扩大经销商与市场的连接，增加成单效率，降低获客成本。

Q5: 如何看待未来大宗业务的发展和增速？

A: 外窗大宗业务的发展特征：第一，强制性门窗标准逐渐提高。我国建筑节能标准不断提高，北京市《居住建筑节能设计标准》首次将居住建筑节能率由 75%提升至 80%以上，外窗作为透明围护结构将承担更多使命。第二，鼓励性政策。在国家“双碳”战略目标下，建筑节能、绿色建筑已经成为我国房地产行业未来的发展方向。全国各地对被动式超低能耗建筑的推广力度不断增强。第三，改善性特征。进入“十四五”，房地产市场需求出现较为明显的改善性特征，包括中高端地产、品质地产及宜居地产等等，改善性购房的合理需求提升，房地产开发企业更加重视项目的品质打造。第四，精装修率提升，精装住宅配套需求增加。

整体而言，大宗业务的政策和市场环境是平稳向好的。

未来，公司不会盲目追求大宗业务规模和增速，而是继续采取稳健经营策略，扩大目标客户群基础，寻求与优质客户更加长期和良性的合作。

Q6: 被动式概念、被动式当前的渗透率和市场推进情况？

A: 被动式建筑（Passive House），起源于德国，是目前国际公认的节能建筑形式。我国的技术标准称为超低能耗、近零能耗和零能耗建筑。2011 年前后，国家住建部和德国能源署合作将相关技术体系陆续引进国内。据统计，目前全国及各省市陆续出台了 150 多项相关政策，多个省市推出专项规划，大力发

	<p>展被动式建筑及相关产业。《“十四五”建筑节能与绿色建筑发展规划》提出，到 2025 年，完成既有建筑节能改造面积 3.5 亿平方米以上。建设超低能耗、近零能耗建筑 0.5 亿平方米以上，是十三五规划的五倍。</p> <p>Q7：公司未来对经销商的激励和支持手段？</p> <p>A：根据整体经销商政策、相关经销协议约定，公司可为经销商提供装修补贴、样窗支持、宣传补贴以及销售返利等激励。支持手段包括培训及技术支持、渠道支持（协助拓展二级、三级分销商）、广告支持、营销活动支持和策划、电商平台线上引流（引导线上消费者至地理位置更近的经销商店面）等。</p> <p>Q8：公司铝合金窗产品未来的发展策略？</p> <p>A：“简爱”系列铝合金窗主要定位于中高端的零售市场，是公司向下延伸中高端产品线，搭配铝包木窗、增加应用场景、拓展华南及西南市场的重要的布局，同时对赋能经销商也具有积极意义。</p> <p>从新品研发和设计理念上，公司将继续坚持“简爱”系列铝合金窗设计的“独特性”、“差异化”、“高性价比”，针对市场消费需求开发不同定位、功能及风格的新产品。在销售渠道上，铝合金窗将继续在零售渠道销售，暂无计划进入大宗业务渠道销售。</p> <p>2022 年，铝合金窗的产量较上年同期增长约一倍以上。目前，公司铝合金窗的市场认可度及口碑相对较好，2023 年公司计划实现铝合金窗产量和销量的进一步突破。成本端，将通过产能释放摊薄相关固定成本，提升生产效率，控制生产成本，努力将铝合金窗业务打造为利润增长点。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及应披露重大信息。
附件清单(如有)	无
日期	2023 年 1 月 12 日

附件：2023年1月12日调研活动与会投资者清单

序号	出席人员	机构名称
1	吴秉韬	泰信基金
2	王可汗	中融基金
3	李捷	国寿安保基金
4	郑毅权	国信证券资管
5	夏志平	修实基金
6	尚广豪	泉果基金
7	马生华	华夏基金
8	胡毅发	前海联合基金
9	史国财	仁桥资产
10	孙维泽	光大保德信基金
11	公共	趣时资产
12	诸乐轩	西部证券自营
13	张振卓	泰信基金
14	庄敬杰	亘曦资产
15	张晨	交银施罗德基金
16	钱程	博道基金
17	严理	修实基金
18	黄振航	汐泰投资
19	窦萍华	太平资产
20	刘恋	久铭投资
21	杨路	淡水泉投资
22	刘焯	域秀资产
23	王鹏	华泰柏瑞基金
24	高波	沅京资本
25	成佩剑	五地投资
26	杨杰	长江证券资管
27	陈亮	富恩德资产管理
28	刘焯	域秀资产
29	赵颖芳	中银资管
30	翁晋翀	浙商证券自营
31	王新亮	渤海人寿
32	孙辉辉	前海人寿保险