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：2020-003

|  |  |
| --- | --- |
| **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** | 招商证券：郑晓刚；固禾资产：陈中雷；东方证券资管：刘文杰；中金资管：于智伟；万家基金：李黎亚；农银汇理：宋磊；银华基金：周书；丰岭资本：金斌；诺安基金：李迪；宁波幻方量化投资：楼枫烨；横琴贝莱尔：李琢；东方证券资管：裴政；东方基金：罗诚；九泰基金：李顺；工银瑞信基金：母亚乾；中欧基金：许崇晟、蓝小康；中金基金：范海涛、曹晏；人寿养老：于蕾；理成资产：王烨华；富国基金：徐颖真；泰玥众合：赵亚兵；信诚基金：孙鹏；嘉实基金：沈玉梁；诺德基金：杨雅荃；博时基金：陈铖；信达澳银：刘维华；太平资管：李治平；浙商基金：贾腾；东吴基金：邵笛；浦银安盛：王爽；中金公司：吴昊；中加基金：黄晓磊；知著投资：李光华；华夏未来：荣景昱；睿信投资：周平；榜样投资：吴诗雨；光证资管：应超；大成基金：韩创、赵蓬；高毅资产：杨千里；彝川资本：刘嘉木；长信基金：刘亮；爱建证券：章孝林；施罗德：陈健骥；长江养老：王晶等。 |
| **时间** | 2020年4月17日上午 |
| **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2019年经营情况**  2019年，外部环境不乐观。世界经济增长持续放缓，增速创近几年新低；中国经济增速逐季放缓、经济景气持续下行；同时，在“房住不炒”的基调下，全国房地产市场整体降温，在“去杠杆、防风险”的政策指导下，多地大型基建以及配套设施项目暂停。受此影响，国内塑料管道行业发展进入平稳期，行业竞争加剧，企业发展面临更大的困难和挑战。  面对复杂多变的外部经济环境和严峻的市场形势，2019年公司坚持以“可持续发展”为核心，以战略为指引，以转型升级为主线，全员奋战，攻坚克难，积极寻求新突破，全年实现了经营业绩的健康发展。2019年公司实现营业收入46.64亿元，比上年同期增长2.07%，完成年度目标的88.84%；公司虽然未能完成年度销售目标，但较好地完成了成本和费用控制等其他经营指标，并保持了公司一贯的稳健发展态势。公司成本和费用控制在35.24亿元，归属于上市公司股东的净利润9.83亿元，净利率依然保持在20%以上，应收账款规模下降，经营性现金流入增加。  **2019年度公司重点工作情况如下：**  1、应势调整创变，全力推进“零售、工程双轮驱动”战略落地。零售业务积极应对毛坯新房交房量大幅下降、需求低迷、消费方式改变、同业竞争加剧等市场变化，全面升级一线工作法，不断创新求变，加快市场调整与布局，虽然总体有所下降，但防水、净水等其他产品收入同比增长73.96%。工程业务坚持“稳中求进、风险控制第一”和“做优做强”的指导思想，积极趋利避害，优化发展模式，规模与效益双提升。  2、持续科研创新，科技赋能注入发展新动力。以成为“高科技、服务型、国际化”的一流企业为战略目标，以市场需求为导向，前瞻性地规划产品和技术发展方向，强化研发项目落地执行，抢占核心技术高地。尤其是紧密联动市场与各业务线实际需求，明确各业务板块的开发方向和重点，实现针对性产品研发创新和突破。2019年公司在研项目50多项，其中省级新产品立项14项、鉴定6项；完成标准13项；申报专利183件，其中发明专利37件。  3、深化制造转型，为经营提供强大保障。各工业园着力深化“精益、服务、智造”三大转型重点，走好“国际一流管道系统供应商”制造升级之路，为经营拓展提供强大的保障。特别是有效实施产销联动，积极深入市场一线，全面推行个性化产品和个性化服务，将市场的痛点和客户的痛点有效转化为需求，成效显著。  4、推进“走出去”战略，加快国际市场布局。尽管目前外贸销售占比不高，但公司逐步布局：2019年成立德国公司，加快国际合作常态化、多元化发展；在泰国成立首家海外生产基地，实行属地化生产；整合资源升级品牌形象，启用全新商标VASEN伟星，加速提升国际竞争力，为未来国际化之路打好基础。  5、狠抓干部作风建设，有效激发组织活力。2019年公司以20周年庆典系列活动为主线，紧扣经营管理要求，大力宣贯伟星文化，狠抓干部、骨干扎根现场、迎难而上、敢打硬仗的作风建设，不断提升组织能力，激发组织活力。  **（二）公司2020年展望**  2020年，外部环境依然严峻，公司面临诸多挑战和压力，例如精装修比例持续提升对零售业务的冲击、经济持续下行且消费疲弱的影响、新冠肺炎疫情的影响依然较大等。当然，也有一些积极的因素，比如，目前原材料价格处于低位、消费升级的趋势愈加明显、旧城改造以及一、二线城市15年以上老旧小区的二次装修趋势等。综上，2020年机遇与挑战并存。  2020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：2020年公司营业收入目标力争达到49亿元，同比增长5.06%；成本及费用力争控制在37亿元左右。  重点工作：①继续推进“双轮驱动”战略，零售、工程并举拓展市场。②持续推进“+互联网”战略，整合资源互联互通。③着力推进科技战略，创新、赋能激发新动力。④稳步推进国际化战略，积极拓展境外市场。⑤加速推进人才强企战略，打造活力组织。  **二、互动交流**  1、请问公司对地产精装修业务有无策略性改变？  答：公司建筑工程业务仍以经销模式为主，公司与地产客户建立合作关系，再由经销商具体实施。今后公司仍会加大力度做好品牌入围工作，同时优选客户和项目，做相对更擅长的领域和系统解决方案。  2、请问公司PE毛利率提升的原因是什么？  答：公司2019年PE产品毛利率有所提升，主要原因为：一是PE原材料价格所有下降；二是通过结构性调整和优化，优质客户、项目比例提升，盈利能力增强。  3、请问上海伟星新型建材有限公司2019年8.26亿元的营收结构情况？  答：上海伟星新型建材有限公司生产经营PPR、PE、PVC、PB等管道产品。  4、请问公司零售业务和工程业务的占比情况？  答：公司2019年零售业务、工程业务占比大致为65:35。  5、公司年报中提到“走出去”战略，能否具体介绍一下？  答：公司“走出去”战略目前主要还在于布局。公司在泰国投建生产基地主要因为前期在泰国市场开发较好，同时响应“一带一路”，促进公司在东南亚、南亚一带有更快的发展；在德国设立子公司，一方面在于销售推进，加快欧洲市场破局，另一方面欧洲有很多先进和优秀的管道企业，希望通过该平台引进先进技术等。目前国内市场空间依然很大，公司主要为未来国际化之路打好基础。  6、请问公司2019年广告费用有所压缩的原因是什么？  答：公司2019年市场推广宣传费有所下降，主要原因为：一是公司定位国际化，为了更好进行全球推广，公司整合资源升级品牌形象，启用全新商标VASEN伟星，目前新品牌推广方案尚未定稿，所以广告宣传处于新老交替阶段未全面推广；二是公司强调精准营销、精准推广。广告宣传的主要在于提高知名度，对销售促进有限，因此更注重精准营销。新品牌体系确定后，公司会加大相关市场推广宣传。  7、公司产品价格较高，请问在工程领域的竞争优势是什么？  答：对于纯粹依靠价格竞争的工程项目，公司的确没有优势。所以公司优选工程客户和项目。在市政工程业务方面，公司重点选择水务公司、燃气公司等。这类客户是长期合作的，会综合考虑产品品质、综合运营成本并注重品牌，公司在这方面会有优势。在建筑工程业务方面，主要优势有：公司品牌定位高端，产品品质好，且产品配套齐全，产品组合及系统设计能力强，营销和服务网络完善，具有较强的配送能力、综合服务能力等，公司将加大品牌入围力度，与优秀地产商加强战略合作。  8、请问公司零售、工程业务人员是否会相互调整？  答：公司零售、工程有各自的团队，两者能力要求会有所区别。根据实际情况，内部招募调整和外聘均有。  9、请问公司目前的渠道库存情况？  答：公司2019年底渠道库存较轻，目前为了新冠肺炎疫情结束后的市场需求做了一些库存准备，与上年同期相比处于正常水平。  10、请问泰国生产基地的规模及建设情况？  答：公司泰国生产基地规模不大，目前处于建设中。  11、请问公司2019年出口业务同比下降较多的原因是什么？  答：主要因为部分工程项目业务延缓。  12、请问能否展开说说市场变化中消费方式变化、同业竞争加剧的情况？  答：消费方式改变方面，主要指公司零售渠道的三条销售通道家装公司、水工工长、业主中，2019年尤其在一、二线城市，家装公司的占比提升较大；同业竞争加剧方面，类似“星管家“服务，现在行业内很多公司在效仿，尽管其服务与公司服务有差距，但消费者往往不大清楚，只有体验过了才会感受到有多大差距；此外，有些恶性竞争情况也在增加。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年4月17日上午 |