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：2020-004

|  |  |
| --- | --- |
| **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、卢凌熙等；睿远基金：陈烨远；永和资本：杨文艺；东兴证券：韩宇；华泰柏瑞基金管理有限公司：徐笔龙、陈晓光；淳厚基金：顾伟；阳光资管：方圆；英大资本管理有限公司：杨茂达；绿庭资本：刘映珊；长信基金：程昕；天井投资：贾巍；天风证券：李阳、甘立、薛玉来等；幻方量化基金：柴伟；中信资本：刘宁；中国守正基金：邢程；至璞资产：白如等；云印资产：雷玉婷；悦诚资本：赖庆萱；信达证券：程媛媛；万家基金：郑中天；双安资产：胡杨；上海向日葵投资：徐凌飞；上海嘉诚投资：李洋；上海半夏投资：顾之野；瑞银国际证券：杜文卓；融通基金：谌红梅；普信资本：冯大为；南京春谷投资：高敏杰、蒋伟；明智资产管理：熊信贻；立格资本：张芳；拉扎德资产管理：卢盈文；凯思博投资：林晓文；精志资产：黄登峰；晋达资产：Jay Wang；嘉实基金：刘岚；海通证券：冯晨阳；国联人寿保险：夏雪冰；工银安盛人寿：林高凡；高盛资产：郑睿丰、卢佳玥；东方证券资产管理：裴正；东方基金：古立金等；大家资产管理：钱怡等；TYBQURNE：Stephanie；Telligent：严景毅；SOMERSET Capital：邢福胜；HSZ投资：杨毅；GIC基金：胡瑞文；EFG资产管理：Daisy Li；DMO资管：职思辉；中金基金：于智伟；知著投资：李光华；浙江善渊投资：蔡骏男、刘明霞；涌峰投资：王龙皓；兴证资管：黄晓峰；景林资产：周茜；建信养老金：刘洋；建信理财：陈彦璋；弘毅远方基金：王兴伟；大家保险资管：张浩；毕盛资产：孙鹏；Horizon：Yang Yang；Honghu Fund：Kun Liu；GoldenPine：毛志伟；Arohi Asset Management：Vivien CAO等。 |
| **时间** | 2020年4月17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；中国政府加大逆周期调节, 虽然国民经济总体保持在合理区间，但经济增速逐季放缓、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，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。特别是在升级服务型生产方面，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。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，并系统策划品牌传播及推广方案，致力于塑造高端品牌形象，打造全品类强势品牌，加速提升国际竞争力。  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、公司2020年营收目标增速5%，请问能否具体介绍下分业务的发展规划及增速情况？  答：公司坚持“零售和工程双轮驱动”战略。零售业务：聚焦重点市场，加快市场布局和渠道下沉，加强模式创新与市场攻坚，全力提升市占率；同时，加速推进防水、净水等新业务和其他同心圆产品业务，提升全品类营销比例。建筑工程：坚持产品系统为核心销售，积极把握市场机会，发展和培育一批优质大客户，并拓展业务领域，例如酒店、学校等，确保健康快速可持续发展。市政工程：坚持“风险控制第一”的经营思路，继续深化结构性调整，提升星工匠服务，增强竞争力，努力实现稳健良性发展。从2020年的发展规划来看，三大业务的增速排序为：建筑工程、市政工程、零售。  2、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。  3、请问公司PPR产品在华东和华中的市占份额情况？  答：目前没有准确数据。初步估算公司PPR产品在华东地区的市占率为10%多一点，在华中地区要更低一些。  4、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。  5、请问2019年PP原材料价格有所下降，但公司PPR毛利率同比下降？  答：2019年公司PPR产品毛利率同比略有下降，主要原因为一是工程类PPR产品占比有所提升；二是PPR产品总体规模下降；三是PPR原材料价格全年总体略有上涨。  6、请问公司工程业务的回款周期？  答：公司工程业务的应收账款通常在3个月以内。  7、请问公司在家装公司拓展中有什么优势？  答：除了优异的产品品质和完备、成熟的产品系统，公司产品研发能力强，可以针对家装大客户定制个性化产品，提升竞争力和溢价能力；另一方面公司有较强的售后服务能力，协助家装客户解决各问题，也可提供“星管家”服务减少家装公司的后顾之忧。  8、请问公司防水业务To C和To B的的占比情况？  答：目前公司防水业务主要针对零售端。  9、请问公司产品价格是否会随着原材料的价格波动而调整？  答：公司产品定价主要采取成本加成法，其中，工程类产品，产品价格随行就市，按单定价；零售类产品的价格体系相对比较稳定，如果成本端波动较大，公司会综合考虑制造成本、市场需求、客户接受程度等因素，对产品价格进行适当调整。  10、请问为什么精装修对其他区域的影响没有像华东区域那么大？  答：主要原因为：一是其他区域精装修比例比华东区域相对要低，且提升速度要慢；二是公司在其他区域的市占率比在华东区域低。  11、请问公司如何看待和对待同行的服务模仿？  答：公司自2012年首创“星管家”服务，一直到目前同行中也有局部模仿该服务，这对于行业来说服务意识提升是好的现象。公司也会不断完善和升级“星管家”服务体系，保持“人无我有，人有我优”竞争优势。  12、请问目前公司销售终端市场是否已恢复正常？  答：目前公司零售终端市场受新冠肺炎疫情影响依然较大 ，由于许多学生尚未入学，小区装修仍未开放。  13、请问公司近年来的分红比例为什么一直这么高？  答：公司的分红政策在公司相关制度中作了明确规定，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。公司基本属于轻资产运作，且近几年资本性投入不大，盈利较好，现金流相对充裕，所以实施了较好的分红比例以回报投资者。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年4月17日下午 |