

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：2022-029

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> <input type="checkbox"/>特定对象调研 <input type="checkbox"/>分析师会议 <input type="checkbox"/>媒体采访 <input type="checkbox"/>业绩说明会 <input type="checkbox"/>新闻发布会 <input type="checkbox"/>路演活动 <input type="checkbox"/>现场参观 <input checked="" type="checkbox"/>其他：电话会议 </p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>德弘资本：崔含章、封一帆、耿宗泽、洪天泽；中泰证券：孙颖、韩宇；源乘投资：马丽娜；东海基金：吴倩羽；嘉实基金：刘岚、谭丽、尚广豪；中银基金：杨庆运；五地投资：施宇宙；东方阿尔法基金：潘令梓；中信资本：杨大志、张展华；煜德投资：王亮；华安基金：饶晓鹏；浙商基金：赵柳燕；兴业基金：廖欢欢；乘是资产：翟会会；睿远基金：李一鸣；永赢基金：王佳音；博道基金：钱程；中邮人寿：杨琛、孙海波；聚鸣投资：钱子毅；东吴人寿：赵艺；信诚基金：吴一静；创金合信：黄弢；长信基金：陆晓锋；禹田资本：王雨天；工银瑞信：崔月寒、林念；南方基金：于泽群；富国基金：赵晨阳、诸明；兴全基金：陈宇；海通资管：郭新宇；信诚人寿：金炜；宜信财富：徐佳慧；农银汇理：宋磊、王皓非、李蕾、蒲天瑞；民生证券：李阳；中信证券：孙明新、刘琦、左一江；Polymer：卢佳玥；大为科技：何强；上海证券自营：温海源；摩根证券投资信托：高云；青榕资管：何卉；驼铃资产：赵若然；弥远投资：简佳；泓澄投资：林浩；美阳投资：曾志华；中信保诚基金：孙鹏；工银理财：斯华景；瑞橡资本：黄诚虎；博盛资本：唐强；新干线传媒投资：周炜；中信建投：宿晓杰、陈雨；玺岸投资：来祖骅；汇丰晋信：严瑾；半夏投资：毛天白；钰阳投资：高嵩；国泰基金：施钰；信银理财：龙军；希瓦私募基金：洪俊骅；中融信托：赵晓媛；远望资产：刘程康；银河基金：祝建辉、施文琪；摩根士丹利华鑫基金：刘波；中海基金：王海宇；远信投资：黄培锐；景林资产：周茜；天弘基金：刘洋；东方资管：裴政、秦绪文、韩冬、钱思佳、蔡志鹏、李竞、黄天潇；长江证券：李浩；平安证券：杨侃、郑南宏、郑茜文、王懂扬；平安证券资管：蒋朝庆；平安资管：孙峥；诺安基金：李迪等。</p>
<p>时间</p>	<p>2022年6月21日</p>
<p>地点</p>	<p>公司</p>

<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>谭梅等</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>1、请问公司第二季度的经营情况如何？</p> <p>答：公司第二季度总体经营情况受疫情的影响还是比较明显的：由于部分市场的物流运输和施工场地受到限制，零售业务和建筑工程业务受影响更大；市政工程业务受影响相对较小。</p> <p>2、请问公司近期原材料价格的情况如何？</p> <p>答：近期公司产品原材料的价格环比略有下降，同比仍有增长，总体仍呈高位震荡趋势。</p> <p>3、请问公司如何应对疫情的影响？</p> <p>答：面对疫情在全国范围内散点爆发，公司拒绝“躺平”，积极调整应对：在非疫情区域，加大市场拓展力度，一是加大在中西部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；二是扩品类，推进同心圆战略的实施，加速防水、净水等新品类的市场拓展，提高户均额；三是进一步完善盈利模式，转型升级商业模式。对于疫情相对严重区域，公司也将部分线下工作转移到线上，做好线上培训、沟通、客情关系维护等工作，并积极探索创新线上营销模式。</p> <p>4、请问公司国际化的战略方向？</p> <p>答：公司持续推进“国际、国内双轮驱动”战略，目前仍以国内市场为主，国际化业务主要为前期布局和基础性工作：一是生产基地和市场拓展的布局；二是国际化人才的储备以及国际化团队的搭建；三是品牌国际化布局，比如升级公司主商标为“VASEN”，并在全球各区域进行体系认证，以便公司产品服务全球客户；四是设立海外技术研发和投资平台，通过技术和项目的引进提升公司的核心竞争力。</p> <p>5、请问公司的竞争优势有哪些？</p> <p>答：经过多年的积累和沉淀，公司在产品品牌与品质、技术与研发、渠道与服务、企业文化与管理团队等方面形成了较强的综合竞争优势。</p> <p>6、请问今年公司产品有没有提价的打算？</p> <p>答：公司产品价格总体执行成本加成的定价原则，零售类产品的价格体系目前未做调整，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；工程类产品价格随行就市，按单定价。</p>

	<p>7、请问公司目前防水业务包施工和检测验收服务的占比情况？</p> <p>答：目前公司防水业务已经在全国范围内推广包施工和检测验收服务，其中施工服务占比一半以上。</p> <p>8、请问公司与家装公司的合作情况？</p> <p>答：目前公司与家装公司合作情况良好。一般情况下，全国性和跨区域的大型家装公司主要由公司装企事业部负责开发和维护，区域性中小型家装公司由分公司和经销商负责开发和维护。</p> <p>9、请问公司净水业务与管道渠道的协同性？</p> <p>答：公司净水产品能够与管道配套销售，一般情况下净水设备是否需要应在管道安装前提前规划，具有先发优势；同时净水业务后续的很多服务均与管道相关联，能够较好地专业解决用水问题。</p> <p>10、目前公司对于华南市场的开拓情况？</p> <p>答：公司近几年加大了华南市场的拓展力度，通过不断努力，公司在局部市场的拓展已实现突破，公司零售业务在华南市场的品牌影响力和竞争力逐步加强。</p> <p>11、请公司展望一下销售费用率情况？</p> <p>答：由于近几年公司仍处于开拓市场的阶段，销售费用的总额会持续增加，但随着销售规模的不断增长，其销售费用率会逐步下降，最终会处于一个合理水平。</p> <p>12、请问公司零售端渠道的变化情况？</p> <p>答：目前公司零售端销售通道主要为家装公司、水电工工长、业主。不过其占比在持续变化，一二线城市家装公司的占比提升较快，其他区域仍以水电工工长以及业主自购为主。</p> <p>13、请问塑料管道市场的竞争格局？</p> <p>答：从整个行业来看，目前的市场竞争主要是规模企业之间的竞争，小企业生存困难甚至逐步被淘汰，优质的规模企业在该环境中生存更好并逐步扩张，行业集中度在进一步提升。</p> <p>14、请问公司未来的分红情况？</p> <p>答：公司的分红政策总体比较稳定，未来会继续遵循《公司章程》《公司未来三年（2021-2023年）股东回报规划》等规定，每年的利润分配方案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</p>
--	--

的合理回报后决定。

15、请问公司的产能情况及扩产计划？

答：公司通常遵循“以销定产”的原则，根据销售规划匹配相应的产能。目前公司新增产能主要来自现有生产基地的扩产扩建、智能化改造等。

16、请问水利投资及城市管网改造等政策对公司的影响？

答：今年国家在基建领域出台了很多支持政策，包括水利投资和地下管网建设等。其中，水利设施总体以土木工程为主，塑料管道的用量相对较小，但城乡一体化供水、农业灌溉等业务可能会用到较多塑料管道；地下管网建设会涉及给排水管、燃气管、热力管等管道，会对公司市政工程业务的拓展带来一定积极的影响，但目前业务和订单层面还没有看到特别明显的变化，后续的业务发展仍要看各地政府的落地执行情况。

17、请问公司市政工程业务的拓展情况？

答：目前公司市政工程业务主要以生产基地的周边市场为基础，并不断完善全国性的市场布局。同时，公司在激励机制、团队建设等方面也进行了相应的配套，推动市政工程业务长期可持续发展。

18、请介绍一下公司对于捷流公司的整合思路？

答：目前公司与捷流公司还处于前期磨合阶段，包括团队、文化、业务等融合，进展顺利。后续会就业务协同进一步调整，主要有以下思路方向：一是国际市场，依托捷流公司平台，做大做强东南亚市场；二是国内市场，整合捷流公司原有在国内的市场和客户资源，以及公司销售渠道，进一步做强做大国内高端住宅项目和大型公建市场；三是把捷流公司的系统设计和施工经验，应用于公司的零售等领域，提升系统设计和服务能力，进一步完善商业模式。

19、请问公司如何看待精装房趋势？

答：目前各地基本实施因城施策，精装房在不同区域呈现不同的情况：一二线城市，精装房占比保持了较高的比例；三四线城市，精装房的推进速度和市场需求均不如一二线城市。

20、公司产品定位比较高端，而三四线城市消费者更注重高性价比，如何吸引消费者？

答：公司定位高端品牌，产品品质较好，但实际在装修费用中占比较小，成本

	<p>相对较低，用户基本上都能消费得起。同时，公司采取“产品+服务”的模式，能够减少用户对隐蔽工程漏水的后顾之忧，产品性价比较高。</p> <p>21、公司产品的市占率情况？</p> <p>答：目前公司 PPR 产品全国市占率为 8%左右，PE 和 PVC 产品更低一些。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 6 月 21 日