

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：2021-030

投资者关系活动类别	<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
参与单位名称及人员姓名	CITI: ERIC LAU、VICKY YANG、ALICE CAI; SI: CATHERINE GUO; XING YE: LI YANG; GOLDMAN SACHS: CRYSTAL LU; EASTERN A/M: YAO WEN; NEUBERGER BERMAN: MENG LIN、CHEN XIAOXIANG、JANICE ZHANG; POLYMER: ALICIA ZHANG; FOUNTAIN CAP: ALEC JIN; CHINA UNIVERSAL: YANG JIN; GAVEKAL: ANGELA HAO; ASSET MGT ONE: FONG WAI CHEONG; WELLINGTON: NAVEEN VENKAT。
时间	2021年8月12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	<p>一、公司 2021 年上半年度经营情况介绍</p> <p>2021 年上半年，面对依然错综复杂的国际国内经济环境，公司继续坚持以“可持续发展”为核心，紧绕“稳中求进、转型升级”的主线，努力克服原材料价格高涨、同业竞争加剧、新冠肺炎疫情反复等诸多困难和问题，坚持奋斗为本，不断强化主业优势，加速推进新产业布局，保持了一贯的高质量、稳健发展态势。报告期，公司实现营业收入 23.87 亿元，比上年同期增长 32.25%，完成年度目标的 40.73%；归属于上市公司股东的净利润 4.14 亿元，比上年同期增长 15.99%。</p> <p>报告期，公司经营管理工作主要围绕以下几方面重点展开：</p> <p>1、持续推进零售、工程“双轮驱动”战略，加速市场全面拓展。零售业务一方面通过填空白、补弱势、扩强势，加强营销网点开发，加速市场布局，市场占有率得到有效提升，报告期，华北、西部、华南区域市场的销售增长 40%以上；另一方面持续推进同心圆战略的实施，加速防水、净水等新业务拓展，上半年其他产品的销售同比增长 59.39%。同时，直面销售通路、消费习惯等变化，加快销售模式创</p>

新与服务升级，加速家装公司的合作，积极展开线上销售并尝试直播等零售新模式，成效明显。工程业务坚持“风险控制第一”的原则，深挖核心领域，加快空白、薄弱市场布局，同时积极突破优质大客户战略合作，实现健康发展。

2、以“投入产出”和“转型升级”为主线，强化生产制造的核心保障功能。

积极通过设备改造、工艺技术提升等降本降耗，并通过自动化、信息化融合，提高生产效率，不断强化成本领先战略，有效缓解上半年原材料价格上涨压力；同时加快智能制造升级，并加强与大数据、物联网等前沿信息技术的深度融合，有效实现全流程智造对接，全面提升生产制造能效，为业务一线拓展市场提供了强大保障。

3、坚持以研发为先锋，以市场需求为导向，有效助力盈利模式升级。

一是在原领域，不断推出多品类迭代型产品及配套解决方案，进一步巩固市场领先地位；二是在新领域，持续开发更多有竞争力的产品和系统解决方案，保持良好的盈利能力；三是加快实现在前瞻技术方面的突破和行业布局，有效储备后续发展动能。报告期，公司在研项目 60 多项，其中省级新产品立项 3 项；申报专利 149 件，其中发明专利 42 件。

4、多层次推进品牌建设，全面提升伟星品牌的整体形象。

一方面不断优化品牌视觉系统并有效落地执行，有序推进门店形象升级、打造全屋伟星旗舰体验店等工作，强化“VASEN 伟星”品牌新形象以及消费者的认知；另一方面，通过线下媒介传播、展会、微信公众号、网络推广等，不断强化品牌传播，加速品牌推广。同时，系统梳理和完善各产品品牌与星管家服务品牌，持续深化品牌营销与服务一体化建设，不断提高其品牌附加值，提升伟星品牌整体形象。

5、持续优化人才结构，强化组织能力提升。

以“干部年轻化、人才专业化”为重点，持续围绕“创新、专业、高效”加强组织能力建设；同时，不断完善人才激励与团队考评机制，进一步激活组织活力，打造忠诚、善战、创新的人才梯队。

二、互动交流

1、未来公司的产能情况？

答：公司遵循“以销定产”的原则进行产能布局，未来公司新增产能包括西安工业园产能释放、上海工业园扩建及泰国工业园建设等，基本能够满足销售端的需求，未来会根据市场拓展规划扩建生产基地。

	<p>2、请问公司上半年各业务板块的销售收入占比？</p> <p>答：公司 2021 年上半年零售业务、工程业务销售收入占比大致为 70%和 30%左右。</p> <p>3、2021 年上半年，公司对产品的提价情况？</p> <p>答：公司上半年在 3 月分别进行了 2 次提价，于 5 月基本执行到位。其中，零售业务的提价幅度基本能够覆盖原材料的涨幅；工程业务也有调价，具体还是按单定价为主，部分产品提价不能完全覆盖原材料涨幅。</p> <p>4、请问上半年公司工程业务面临的竞争情况？</p> <p>答：上半年公司工程业务的竞争不断加剧，主要基于以下三个原因：一是工程项目延迟开工导致需求较少，竞争加剧；二是流动性收紧导致资金面问题，优质项目数量减少；三是原材料价格上涨较多，部分产品相对价格敏感性较高，容易导致低价竞争。</p> <p>5、请问公司建筑工程业务的客户主要有哪些？</p> <p>答：公司设有建筑工程事业部承接相应业务，目前跟全国 TOP 前 200 和区域性的大型房地产开发商合作较多。</p> <p>6、公司如何进行风险防控？</p> <p>答：在业务开发的过程中，公司会在客户评选、项目筛选、业务流程把控、合同执行等方面，严格执行风控标准，从而进行风险防控。</p> <p>7、请问公司应收账款坏账情况？</p> <p>答：公司每年的应收账款坏账一般为三到四百万，相对几十亿元的销售收入而言规模很小，基本没有影响。</p> <p>8、请问房地产限购对公司的影响？</p> <p>答：地产限购对投资性购房影响会比较明显，但对刚性需求影响不大。因此对公司零售业务应该不会有大的影响。</p> <p>9、今后新房可能会逐年减少，公司零售业务会受到影响吗？</p> <p>答：长期来讲，房地产行业和汽车行业类似，随着城市化进程的不断推进，今后新房的增速可能会降下来，每年新房的增加量可能会逐步减少，但旧房的保有量越来越多，旧房规模足够大，二手房交易、二次装修会形成较大的市场空间。同时，公司在积极推进防水、净水等新品类拓展，我们相信零售业务能够保持持续稳健增</p>
--	--

	<p>长态势。</p> <p>10、请问公司未来对零售、市政工程、建筑工程三块业务的比例规划？</p> <p>答：每项业务均有各自的销售规划，我们希望“零售、工程”双轮驱动，都按各自的规划积极开拓业务，因此未对各业务占比做具体要求。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021年8月12日下午