

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：2023-002

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	天风证券：鲍荣富、王雯、王涛、钟倩男、林晓龙；天朗资管：张梦男；敦和资管：陈超玥；嘉实基金：陈路华；数法私募基金：厉冰；上汽欣臻：沈怡雯；途灵资管：符涓涓；天安人寿保险：高婧；国华兴益资管：韩冬伟；中银国际证券：赵颖芳；驼铃私募基金：赵若然；西部证券：诸乐轩；泉果基金：尚广豪；光大保德信基金：张翔宇、陆达之；源乘投资：李婷婷；工银瑞信基金：文杰；国泰基金：王琳；国信证券：章耀；耀之资管：叶祎梦；太平洋保险资管：徐军平；君茂投资：潘亚军、刘娜；山石基金：吕海龙；中信建投基金：张睿；德邦证券自营：杨啸宇；国海证券资管：吴正明；中邮创业基金：王欢；野村东方国际证券：王一成；仁桥资管：史国财；紫阁投资：曹芹；南方基金：李锦文、袁立、蒋秋洁、刘祎、于泽群、任婧、卢玉珊、李文良、罗安安、章晖、鲍宇晨、蔡强、邹寅隆等。
时间	2023年1月5日
地点	公司
上市公司接待人员姓名	谭梅等
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、请问公司产品的定价体系？</p> <p>答：公司产品定价总体执行成本加成的原则，零售类产品的价格体系总体稳定，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；工程类产品价格随行就市，按单定价。</p> <p>2、请问公司2022年第四季度产品原材料的价格情况以及对公司的影响？</p> <p>答：2022年第四季度，公司产品原材料的价格处于相对低位，对公司盈利情况有一定的积极影响。</p> <p>3、请问公司防水业务和净水业务的发展情况？</p>

	<p>答：目前公司防水业务和净水业务发展情况良好，基本按计划推进。</p> <p>4、请问公司 2023 年的整体经营规划目标？</p> <p>答：公司今年的具体业务发展规划和目标还在制定过程中，我们会在 2022 年年度报告中披露，敬请关注。</p> <p>5、请问公司防水产品的竞争优势有哪些？</p> <p>答：公司防水产品定位高端，主要对标国际一流品牌，竞争优势主要有以下几点：一是产品品质高端且个性化特点明显，方便消费者辨识并验收施工质量；二是公司建有体系化的“产品+服务”模式，服务优势较为明显，受到消费者的广泛认可；三是较为成熟的营销网络，防水业务属于管道安装的下道工序，可以较好的利用管道销售渠道开展业务。</p> <p>6、请问捷流公司目前的发展情况如何？</p> <p>答：2022 年，公司与捷流公司仍处于前期磨合阶段，包括团队、文化、业务等各方面的融合，进展顺利，目前虽仍未盈利，但是在逐步减亏。关于业务方面，公司不断对捷流公司的业务进行梳理和整合，希望在保持其原有业务稳定的基础上，通过和公司现有资源结合开发更多新的产品和服务，包括国际市场和国内市场。</p> <p>7、请问公司的产能扩张计划？</p> <p>答：公司一直遵循“先有市场、后建工厂”“以销定产”的思路进行产能布局，主要根据全国性市场布局和市场拓展规划匹配生产基地与产能扩建。</p> <p>8、2023 年往后看，疫情放开后，公司零售业务可能受到的影响有哪些？</p> <p>答：对于公司零售业务而言，2023 年机会与挑战并存：疫情放开后，虽然短期还是会有一定影响，但是后续零售业务的市场拓展工作将趋于正常；另一方面公司零售业务面临的挑战还包括经济景气度持续下行，改善性需求可能会延迟等。</p> <p>9、“保交楼”“三支箭”等政策的出台对公司的影响？</p> <p>答：“保交楼”“三支箭”等政策的出台对房地产行业整体融资环境将明显改善，对房地产产业链的健康发展也将起到积极的作用，但政策出台到落地会有一个过程，反应到公司业务也会有一定时间差，目前来看效果还不明显。</p> <p>10、请问公司 2022 年经销商及网点的建设情况？</p> <p>答：目前公司已完成全国性营销网络的框架搭建，2022 年受疫情影响，重点主要是对经销商及终端营销网点质量的提升，数量增加相对较少。目前公司一级经销</p>
--	--

	<p>商有 1,000 多家，终端营销网点有 30,000 多家。</p> <p>11、公司在部分市场市占率较高，是否可以复制？</p> <p>答：公司产品+服务的商业模式总体上是可以复制的，但是由于全国各区域市场存在差异，业务模式不能完全照搬照抄，其落地执行需要根据当地情况调整优化，因地制宜制定相关策略，因此，执行团队不同、市场环境不同，公司产品在各市场的占有率有差异。总体来说，公司在全国大部分的零售市场占有率在逐步提升。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 1 月 5 日