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：2025-012

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：投资者接待日活动
参与单位名称及人员姓名	<p>广发证券：谢璐、吴红艳；中信证券：冷威；长江证券：李浩；申万宏源证券：任杰、郝子禹、吴志华；方正证券：韩宇；中金公司：龚晴、杨茂达；国联民生证券：武慧东；华泰证券：樊星辰、黄颖；天风证券：王悦宜；平安证券：郑南宏；东吴证券：房大磊；国泰海通：冯晨阳、花健祎、申浩；银河证券：贾亚萌；国金证券：王龙；招商证券：袁定云；国盛证券：陈冠宇；国投证券：董文静、陈依凡；光大证券：孙伟风、陈奇凡；财通证券：毕春晖、陈琳云；华西证券：金兵；开源证券：胡宝莹；华源证券：唐志玮；国海证券：谭宸；西部证券：陈默婧；东方财富证券：姚旭东；华安合鑫：卢慧语；大成基金：谢树铭；光证资管：何伟；贵诚信托：宋环宇；海富通基金：赵欣悦；黑森投资：孙小东；华夏久盈基金：孙玉姣、赵佳、周武；金鹰基金：林暉；景顺长城：王平川；宽潭资本：蔡寒；量函基金：刘政涛；明澄投资：郑川鼎、燕云；摩根基金：李恒；平安资产：张凤；仁桥资产：史国财；睿远基金：戎哲宇；上海修一投资：石晨光、马勤；兴全基金：王祎馨；永禧投资：王超；永赢基金：杨啸宇；长信基金：唐卓菁；个人投资者：张军燕、李贞贞、夏佳伟、徐悦、侯传波、陈俊超、金鑫、项惠强等。</p>
时间	2025年4月29日
地点	临海远洲国际大酒店
上市公司接待人员姓名	副董事长、副总经理施国军先生，董事、董秘兼副总经理谭梅女士，财务总监陈安门先生，证券事务代表章佳佳女士等
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">一、公司证券事务代表章佳佳女士作公司 2024 年度业绩解读</p> <p>1、外部环境</p> <p>2024 年，世界百年变局加速演进，外部环境更趋复杂严峻。全球经济增长动能不足，单边主义、保护主义持续蔓延，国际贸易摩擦、地缘政治冲突频发，国际环</p>

境不确定因素显著增加。国内经济运行虽总体平稳，但有效需求不足、消费不振、投资乏力，新旧动能转换存在阵痛，经济增长承压明显。受房地产、基建投资需求下降的冲击，建材行业工程类竞品纷纷挤入零售赛道，品牌建材跨界布局，叠加消费需求与总量下降等因素，行业价格战硝烟弥漫，市场竞争空前激烈，加速了新一轮的行业洗牌。

2、公司经营情况概述

公司坚持以“可持续发展”为核心，紧绕“战略聚焦”和“转型升级”两条主线，充分发挥“拼”字精神，积极应对市场变化与挑战，全力抢占市场份额，持续优化业务模式，全面防控经营风险。在行业需求断崖式下降、市场竞争白热化的情况下，虽然未能完成年初制定的经营目标，但较好地保持了高质量发展态势，并实现零售市场占有率稳步提升。2024年公司实现营业收入62.67亿元，较上年同期下降1.75%。归属于上市公司股东的净利润9.53亿元，较上年同期下降33.49%，主要原因系：（1）公司加大市场投入与品牌推广力度，销售费用同比增加11,671.46万元；（2）合营企业东鹏合立的投资收益较上年同期减少16,694.22万元；（3）收购浙江可瑞、广州合信等公司商誉减值准备增加7,397.17万元。

2024年度公司重点工作情况如下：①深耕零售固本强基，应势创变抢市场。②强化风控转型提质，确保工程业务经营质量。③海外业务稳扎稳打，国际化战略有序推进。④全面升级差异化服务，不断强化竞争优势。⑤全面升级品牌形象，全方位推动品牌价值提升。⑥坚持“研发为先锋”，提高市场竞争力。⑦加速智能制造转型升级，全面提升数字智造水平。⑧重抓组织变革与赋能转型，激发组织新动能。

公司2024年报的亮点与不足

本次年报的亮点主要有四个方面：一是在需求断崖式下降、竞争空前激烈的情况下，公司的销售收入保持了相对稳定，特别是零售业务较有韧性，市占率稳步提升；二是在价格战硝烟弥漫的情况下，公司盈利水平保持相对稳定，净资产收益率较同行仍处于较高水平；三是经营质量依然保持良好，应收账款和现金流控制得较好；四是继续保持了较高的分红水平，充分体现公司积极回报投资者的理念。

当然，公司也存在部分市场价格及毛利率有所下降、工程业务转型较慢以及净水业务模式仍处于摸索完善阶段等不足。

3、公司2025年发展规划

发展战略：2025年，公司继续以“可持续发展”为核心，以“高质量发展”为指导思想，坚持“共创共赢”“三高定位”的经营理念，以市场为导向，以客户为中心，聚焦管道主业，加快推进防水、净水等新业务，积极探索舒适家新模式，打造“伟星全屋水生态”；国际化着眼可持续加快布局。

重点工作：①聚焦零售业务基本盘，全面提升市场占有率。②工程业务坚持风险控制第一，持续强化转型提质。③加快全球市场布局与开发，稳步推进国际化。④完善八大保障体系，强化战略落地执行。

奋斗目标：2025年公司营业收入目标力争达到65.80亿元，成本及费用力争控制在53.50亿元左右。

二、互动交流

1、在原材料价格变化不大的情况下，公司PPR业务在激烈的市场竞争中维持了基本稳定的毛利率水平，背后主要做了哪些工作？

答：公司主要通过对PPR产品的迭代升级及“产品+服务”组合营销不断提升其竞争力，并推动市场份额的提高。

2、请问公司2024年零售业务的产品价格体系情况？

答：2024年，公司零售业务的产品价格体系基本保持稳定，部分市场以及部分产品价格策略有所调整。

3、公司2025年收入目标增长5%左右，请问公司有信心完成吗？另外对于各项业务的发展规划以及如何实现？

答：2025年，外部环境依然严峻复杂，公司5%左右的营收增长目标确实有一定的难度。相对而言，零售业务发展韧性更强，公司将积极通过多策并举，夯实业务基本盘；工程业务更多依托于基建投资等外部积极政策的落地执行以及内部营销模式优化，努力实现销售目标。

4、请问公司收购的浙江可瑞、广州合信以及新加坡捷流的进展情况如何？

答：2024年，新加坡捷流已步入良性健康发展轨道；浙江可瑞和广州合信则因收购时间较短，目前仍处于融合调整期。后续，公司会不断加强与并购公司的融合，通过资源共享、业务赋能等方式，推动其逐步走上健康发展的轨道。

5、请问公司2025年是否仍会进行商誉计提？

答：2024年，公司对广州合信全额计提商誉减值准备2,126.10万元，对浙江可瑞部分计提商誉减值准备5,271.07万元，尚余1,300多万元未计提。2025年，公司将根据会计准则以及审计机构评判，决定是否计提相应商誉。

6、请问公司对2025年行业价格竞争的展望？

答：受房地产行业景气度下行、建材行业工程类竞品挤入零售赛道以及品牌建材跨界布局等因素的影响，目前塑料管道行业的价格竞争依然非常激烈。

7、2024年销售费用率增长较多，请问公司如何看待2025年的销售费用预算？

答：2025年，公司将进一步加强对销售费用的管控，以更好实现降本增效，对于规划内必要的品牌宣传推广、市场开拓以及服务投入等依然会持续投入，其他则根据实际需求严格投入产出核算，努力将费用率控制在更加合理的水平。

8、请问公司对于外延式并购以及内生增长的展望？

答：公司会基于战略规划和协同效应谨慎选择与产业链相协同的并购目标，但目前尚未发现合适的标的，更多还是依托内生增长来实现持续稳健发展。

9、请问公司目前还有哪些潜力市场可以挖掘？

答：目前像船舶、渔旅、油田、工业厂房等仍是潜在的增量市场，但单个细分领域的容量不大，在公司业务占比较小。未来公司也会根据实际情况跟进。

10、请问公司防水业务和净水业务的推进情况如何？

答：目前公司防水业务主要通过“产品+咖乐涂等服务”开展业务，总体发展比较健康；净水业务的商业模式仍处于摸索与完善过程中。

11、在费用控制的大背景下，请问公司如何平衡员工薪酬激励以及工作积极性之间的矛盾？

答：费用控制不等于降薪裁员。公司遵循“奖勤罚懒”“多劳多得”的激励理念，建立了较为完善的员工绩效管理以及薪酬福利体系，更多希望通过激励机制提高员工的人均效能与团队创造力，从而推动公司业绩增长。

12、请问“家装补贴”范围扩容对公司业务的影响？

答：公司大部分产品与“家装补贴”等政策的关联度不高，部分净水产品等有参与“家电补贴”，目前总体影响较小。

13、请问公司零售业务的销售通路的变化情况？

答：公司零售业务的主要销售通道为家装公司、工长（项目经理）和水电工、

	<p>业主自购。其中一、二线城市以家装公司为主，且占比持续提升，其他区域仍以工长（项目经理）、水电工和业主自购为主。</p> <p>14、未来公司的分红政策情况？</p> <p>答：公司分红政策相对稳定、透明，未来会继续遵循《公司章程》《公司未来三年股东回报规划》等规定，综合考虑多种因素后制订当年的利润分配方案。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2025年4月29日