

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：2025-008

<b>投资者关系活动类别</b>	<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
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	UBS: Xinlei Li; Belair Capital: Zhuo Li; Polymer: Yujie Wang; Cephei Capital: Yangjing Jiang; Excel Investment: Xuanyang Sheng; MLP: Xintong Ouyang; Manulife: Wenlin Li; AmundiBOC: Wenhui Qie; ARGA Investment Management: Jeff Chiu; Schroders: Erica Hua; BNP AM: David Choa; GSAM: Christine Pu; CIC: Bingxu Pan; Aberdeen Investments: Alec Jin; JP Morgan Asset Management: Ada Gao; Generation Investment Management: Tiantian Li。
<b>时间</b>	2025年4月16日下午
<b>地点</b>	公司
<b>上市公司接待人员姓名</b>	谭梅、陈安门等
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p style="text-align: center;"><b>一、公司董事、董秘兼副总经理谭梅女士作公司基本面情况介绍</b></p> <p>2024年，外部环境更趋复杂严峻，国际环境不确定因素显著增加；国内有效需求不足、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。</p> <p>面对复杂多变的国际形势以及严酷的市场环境，报告期公司始终坚持以“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，但保持了高质量发展，实现零售市场占有率稳步提升。2024年公司营业收入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</p>

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、收购公司商誉减值准备增加 7,397.17 万元。

2024 年，公司总体交出了不错的成绩单，年报主要亮点如下：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健，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，净资产回报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。

## 二、互动交流

1、请问公司未来的分红政策？

答：公司的分红政策总体比较稳定、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。

2、请问浙江可瑞和广州合信的商誉减值情况以及后续展望？

答：公司一直秉承谨慎和严格的原则计提商誉，根据会计准则以及审计机构评判，2024 年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 多万未计提。未来，公司会通过各种方式积极推动其重新走上健康发展的轨道。

3、2024 年公司零售业务的产品价格体系是否有调整以及 2025 年展望？

答：2024 年，公司产品定价总体执行成本加成的原则，零售业务核心产品的价格体系基本保持稳定，但为了更好地拓展市场，部分市场以及部分产品价格策略有所调整。2025 年，公司会继续坚持品牌、品质与服务的高端定位，坚定推动高质量发展。

4、请问目前市场的竞争环境如何？

答：2024 年，市场竞争空前激烈，目前仍没有看到明显好转的迹象。

5、请问公司零售产品应用在新房和二手房的比例如何？

答：目前从全国市场来看，公司零售业务市场还是以新房装修业务为主，但旧

	<p>房翻新的比例在逐步提升。</p> <p>6、请问公司 2025 年对于各项业务的发展规划？</p> <p>答：2025 年，公司总体营收目标增长 5%左右，零售业务和工程业务增长目标相近。相对而言，零售业务发展韧性更强，希望能够不断强化市场基础，实现市占率稳中有升；工程业务则是弹性较大，受宏观环境的影响更大一点。</p> <p>7、请问公司新一期股权激励计划的规划？</p> <p>答：股权激励是公司长效激励机制之一，具体实施将根据公司发展需要以及市场情况并综合多方面因素而定。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 4 月 16 日下午