

证券代码：003011

证券简称：海象新材

浙江海象新材料股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-003

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师调研 <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 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他_____电话会议_____
时间	2022年8月31日10时00分至11时10分
地点	电话会议
参与单位名称 及人员姓名	天风证券、中信证券、长江证券、兴业证券、广发证券、华西证券、西南证券、东北证券、国元证券、浙商证券、海通证券、上海龙全投资、重庆金科投资、上海重阳投资、诺安基金、平安养老、光证资管、工银安盛资管、聚鸣投资、兴源投资、傲基科技等
上市公司 接待人员姓名	董事会秘书：戴娜波女士 证券事务代表：吕思佳女士

投资者关系活
动内容记录

(一) 介绍公司基本情况和 2022 年上半年业绩情况

1、介绍了公司的发展历程，产品结构，当前产能情况。

浙江海象新材料成立于 2013 年，2016 年业绩增长明显，2017 年公司设立了美国子公司，2019 年设立越南子公司和香港子公司，2020 年设立德国子公司，2021 年设立了上海子公司，设立上海子公司为公司内销拓展计划的重要布局，上海子公司展厅位于上海市闵行区新虹街道申昆路 2377 号 3 号楼 305 室，欢迎投资者参观。

公司主要产品为乙烯基弹性地板产品（PVC 地板），产品主要分为 LVT 地板（乙烯基弹性地板）、WPC 地板（木塑复合地板）、SPC 地板（石塑地板）三类，PVC 地板在安全性能、环保性、功能性、便捷性上均有优势。

当前公司国内生产基地生产能力为年产 2100 万 m² PVC 地板，约为 800 柜/月。越南子公司第一工厂设计产能为 800 万 m² PVC 地板，约 350 柜/月；第二工厂设计产能为 700 万 m² PVC 地板，约 300 柜/月。当前公司在建产能有“年产 2000 万平方米 PVC 地板生产基地”的募投项目和越南第三工厂。越南第三工厂设计产能将根据关税、规模效益、投资成本和回报率进行规划。目前越南第三工厂土建基本完成，设备逐步进场中，但因疫情影响，设备进场速度有所放缓，不考虑疫情影响，设备进场到工厂投产大概耗时 6 个月，具体投产计划需要以公司后续的信息披露为准。

2、与 2021 年同期对比，分析 2022 年 1-6 月各产品占营业比重情况。

2022 年 1-6 月 LVT 地板收入 8,587.90 万元，占营业外收入的 8.98%；WPC 地板收入 13,353.05 万元，占营业外收入的 13.96%；SPC 地板收入 72,682.71 万元，占营业外收入的 76.00%。

2021 年 1-6 月 LVT 地板收入 12,437.88 万元，占营业外收入的 15.05%；WPC 地板收入 10,678.33 万元，占营业外收入的 12.92%；SPC 地板收入 58,621.27 万元，占营业外收入的 70.94%。

3、与 2021 年同期对比分析 2022 年半年度业绩情况

2022 年半年度营业收入同比增长 15.73%，公司 2021 年半年度营业收入同比增长 43.98%，相较 2021 年，2022 年的营收增长速度有所放缓，营收增速放缓与市场环境有关，PVC 市场的整体增速有所放缓。

毛利率同比下降 2.45 个百分点，毛利率较 2021 年上半年有所下滑，主要原因为会计费用调整，2022 年 1-6 月出口

	<p>费用计入主营业务成本，2021年1-6月出口费用未计入主营业务成本，于年末一次性作调整，因此影响毛利率。此外，原材料价格下降也存在一定影响，但由于2021年上半年与2022年上半年原材料价格差异不大，原材料价格对毛利率影响有限。</p> <p>4、海关数据分析</p> <p>依据中国海关总署统计的氯乙烯聚合物制铺地制品的出口数据，2020年1-6月出口数量同比增长17.60%，金额同比增长11.60%；2021年1-6月出口数量同比增长26.59%，金额同比增长18.48%；2022年1-6月出口数量同比增长4.44%，金额同比增长11.74%。</p> <p>（二）回复投资者提问</p> <p>1、行业竞争格局情况？行业未来发展趋势？</p> <p>目前PVC地板在欧美市场正在逐步替代地砖、实木复合产品，未来存在较大成长空间。PVC地板更适合商用，商用市场较大，例如医院、幼儿园、商场。并且因为欧美的使用习惯，一般3-5年会重新装修住宅，相对来说，PVC地板比其他地面材料铺装更为方便，所以消费者多采用PVC地板进行旧房的再翻新。目前PVC地板在地面材料产品市场上的占有率还没有达到最大化，近期因为经济环境、俄乌战争等因素，可能给市场带来一些影响，从公司半年报和海关统计数据可窥见行业的增长速度有所放缓，但是长期来看PVC地板的实际终端需求是否减少有待验证。</p> <p>2、公司目前的在手订单状况？未来订单需求状况？今年以来下游客户需求情况？</p> <p>截止本年度八月份止，目前公司在手订单同期比较是有所下降，未来订单走势现在还难以预料，未来几个月是否会回弹还是要看市场发展情况。今年以来市场增速放缓，其中美国市场、欧洲市场都受到影响，第二季度可见欧洲市场和美国市场的增速均有所放缓。</p> <p>3、公司与境外大型地板品牌商和建材零售商现在的主要合作模式是怎样的？是否为长期合作模式？订单签约周期？下游客户的库存水位如何？</p> <p>公司主要通过ODM、OEM形式向境外大型地板品牌商和建材零售商供货，进行长期合作；客户一般提前一个月向公司下单；之前下游客户的库存量一般为备货3至4月，目前受市场环境变化等多方面因素影响，我们随机调研的几家公司备货量有变化，现在大概在1个月至1个半月，受欧美市场</p>
--	---

	<p>疫情影响，调研存在一定困难，难以论证是否具有普遍性。</p> <p>4、相比东南亚、美国等其他 PVC 地板供应商，公司的核心竞争优势体现在哪些方面？</p> <p>我们的竞争优势主要有三点，第一点是研发优势，相较于行业，我们的研发投入和输出具有前瞻性，公司基本能把握行业需求，及时研发满足客户痛点的新产品。第二点是产品质量较好，能满足客户的精细化要求。第三点是渠道优势，公司渠道比较分散的有利于开拓新客户，并且这些客户粘性强，公司业务上抗风险能力也相对较强。</p> <p>5、新客户开拓策略和状况如何？</p> <p>公司在继续加强与现有客户战略合作的基础上，通过主动拜访潜在客户、积极参加展会以及通过贸易商拓展客户资源等途径，向潜在境外客户展示公司优质产品，并与其建立良好合作关系。此外，公司亦将采取择机布局国内市场营销网络、加强营销队伍建设等方式拓展国内新客户。</p> <p>6、上半年公司整体产能利用率情况？越南的产能利用率？三四季度能否保持该产能利用率？</p> <p>本年度上半年国内外综合产能利用率在七成左右，未来的产能利用率需要依据订单量进行判断。</p> <p>7、年产 2000 万平方米 PVC 地板生产基地建设募投项目以及越南新工厂投建进展如何？预计新增产值情况？</p> <p>募投项目受国内外经济大环境的影响，市场不确定性因素增加，公司结合自身经营及资金情况等因素，经公司董事会审慎研究，决定在项目实施主体、募集资金投资用途及投资规模不发生变更的情况下，对该募投项目达到预定可使用状态日期进行延期，后续公司将评估市场因素，选择适合的时机调整募投项目的投入步调。详细情况可以参考公司今年 6 月 1 日披露的《关于部分募投项目延期的公告》（公告编号：2022-036）。</p> <p>越南新工厂土建基本完成，目前设备逐步进场，但因疫情影响，设备进场速度有所放缓，不考虑疫情的影响，设备进场到工厂投产大概耗时 6 个月，具体投产计划需要以公司后续的信息披露为准。</p> <p>8、新产能的产品价格及利润率水平较现在产品是否有所提</p>
--	---

	<p>高？</p> <p>公司主要采用成本加成与随行就市相结合的定价策略，不同产品之间的定价策略无重大差异。此外利润情况除受产品销售价格影响外，还受 PVC 价格、汇率波动、产品结构、人力成本等多种因素的影响。公司的新产品会在第一次与客户合作时协商产品的价格，新产品指新的花色样式产品，后续如无特殊情况产品价格基本不会产生大的变动。除规模效应外，产品价格和新产能并没有关联性，公司将综合考虑各方面因素进行定价。</p> <p>9、公司销售产品中新品的占比比例是多少？</p> <p>这里的新品指的是新的花色样式产品，公司每年都在不断推出。</p> <p>10、二季度以来整体定价是否已出现下降？</p> <p>目前二季度整体定价未下降，若原材料价格有较大浮动的变动，会结合市场价格进行调价。</p> <p>11、产品存在什么技术壁垒？</p> <p>PVC 地板行业对生产设备、各个重点环节工艺以及规模化生产线等方面有较高的技术要求。一方面，对于不同种类的 PVC 地板，产品的尺寸、厚度、外观、环保性能等方面都必须达到相关的产品检测标准，在生产过程中对原材料的质量控制和物料配比、温度、压力的控制精度以及产品的检测手段和标准等都有着较高的要求，上述技术和工艺水平都将直接影响产品的质量和性能，只有经过较长时间的实践和经验积累，才能使生产保持较高的良品率；另一方面，PVC 地板产品随着科技的进步和新材料的出现而不断更新换代，生产企业需要拥有强大的研发能力，掌握更先进的技术，不断提升产品的技术含量，保证产品质量的稳定性和环保性，才能在行业内保持稳定的市场份额。公司始终把技术创新放在首要位置，通过人才培养和研发队伍建设，不断提高公司的技术和创新能力，能够为客户提供环保、耐磨、防水、防滑等高性能的地板产品。</p> <p>12、21 年 10 月有提价，主要提价幅度大概多少？22 年以来是否有提价情况？</p> <p>具体调价措施结合客户的实际情况作出，不同的客户调价方式和幅度均不一致。同时该提价无法完全覆盖原材料涨</p>
--	---

	<p>价和汇率带来的影响，22 年原材料价格下降以来没有提价的情况。</p> <p>13、今年二季度较一季度毛利率环比上升的具体原因，是否能量化拆分一下？</p> <p>公司一季度毛利率 15.33%，二季度毛利率 20.45%，毛利率环比改善主要受益于人民币兑美元汇率贬值，21 年上半年和 22 年上半年相比原材料价格相差不大，原材料价格小幅下跌对利润影响较小。</p> <p>14、公司现在的套保情况？后续规划？</p> <p>公司 22 年上半年套期保值情况请参考公司披露的半年度报告。后续如有，也会将根据订单性质进行套保的规划，并及时履行披露义务。</p> <p>15、公司截至二季度末应收账款增长原因？三季度开始人民币兑美元汇率进一步贬值是否会带来更多汇兑损益？</p> <p>截至二季度末应收账款余额较期初增长 30.06%，主要系公司业务规模增长。公司外销主要以美元结算，人民币兑美元汇率进一步贬值，会带来汇兑收益，短期来看对公司是有利的。但汇率受多种因素影响，公司也将持续关注。</p> <p>16、现在公司账期情况？</p> <p>公司账期一般是 60-90 天。</p> <p>17、后续是否有再融资和股权激励计划？</p> <p>公司如有再融资和股权激励计划，公司将依据相关规则积极履行信息披露义务，请您持续关注公司后续披露的相关信息。</p> <p>18、美国对新疆生产的 PVC 产品实施制裁，公司有受到影响吗？</p> <p>目前没有受到影响。</p> <p>19、公司的采购的耐磨层等原材料是有长期的价格协议还是随行就市？</p> <p>耐磨层等部分原材料半成品公司已经能够自主生产。</p>
--	--

	<p>20、PVC 地板和其他同类产品相比，价格趋势如何？安装方式上有什么特点？</p> <p>PVC 地板的价格趋势与实木复合地板接近，一般低于实木地板。PVC 地板具有易于安装的特性，客户可徒手自行安装，深受国外 DIY 客户的欢迎。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2022 年 8 月 31 日</p>