

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：2024-001

投资者关系 活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师调研 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演 <input type="checkbox"/> 其他_____
时间	2024年4月29日15时00分至16时00分	
地点	线上	
形式	线上	
参与单位名称 及人员姓名	东方证券冯孟乾、长江证券尹姜子、睿诚投资邓胜、东北证券陈渊文、翎展基金邵琮元、中银证券郝子禹、浙商证券曾伟、广发证券曹倩雯、中信建投证券叶乐、中信建投证券张舒怡、西南证券蔡欣、天风证券张彤、华创证券刘一怡、国泰君安证券研究所毛宇翔、中信证券赵新宇、东兴证券沈逸伦、西南证券赵兰亭、西部证券谭鹭、民生证券易智娴	
上市公司 接待人员姓名	董事会秘书沈洁女士	

投资者关系活动内容记录	<p>1、问：目前产品溯源情况和公司的应对措施？</p> <p>答：溯源主要是依据 2022 年 6 月 21 日美国《防止强迫维吾尔人劳动法》（UFLPA），公司所涉行业产品进口商需向美国海关提交原材料供应链溯源资料，所提供的溯源材料为公司产品的原辅材料溯源信息，需要追溯至源头产品，具体的通关情况由美国海关溯源审查情况决定。</p> <p>自溯源发生以来，公司高度重视并积极应对：公司成立了溯源小组，在信息极度不对称的情况下，公司基本厘清溯源规则以及通关关键信息，并取得了一定进展；应用数字化工具，为产品原材料溯源提供有力支持，确保了供应链的透明度和可追溯性；积极采取多种切实可行的方法，助力公司产品出口，降低海关扣押的风险。</p> <p>2、问：目前产能情况如何？</p> <p>答：目前公司国内产能每月大约 800 个柜以上，国外产能每月大约 700 个柜以上。</p> <p>3、问：目前国内和越南的出货情况是否顺畅？</p> <p>答：目前出货情况正常。</p> <p>4、问：目前公司的全球各地区收入占比是多少？</p> <p>答：目前公司出口美国市场占比一半左右，欧洲市场约三分之一左右。</p>
-------------	---

5、问：公司对非美地区的销售情况有何变化？

答：在对美销售受溯源事件影响后，公司加大了非美地区的销售力度，同时受航运安全、未来局势不确定性的影响，2024年第一季度，客户囤货补库存需求整体有所提升，且欧洲市场在销售额度中的占比提高，销售量同比上涨约50%。

6、问：红海海运现状是否对公司产品发运造成影响？

答：短期来看是有正面影响的，公司产品多以FOB形式销售，由客户订船。目前发运情况正常，但运费有所上涨，航程有所增加。出于对航运安全、未来局势不确定性等因素的考虑，使得一季度整体需求好于公司客户预期，目前客户正在加强囤货、补库存。

7、问：2024年销售预计（恢复到几成）客户的恢复下单预期？

答：受美国的商业环境、外交政策等多方原因影响，当下很难进行预计。

8、问：客户回流需要解决哪些问题以及应当如何解决？

答：主要还是通关问题，目前采取了一系列措施，使大部分客户的货物能够正常清关，同时公司通过研发新产品、提升服务质量、加强产品性价比等措施，提升产品美誉度，以加快客户回流速度。

9、问：目前客户下单意愿如何？

答：目前在手订单一个多月。

10、问：目前美国有哪些客户？如何拓展新客户？

答：客户数量较多，但客户信息属于商业机密。拓展客户主要通过国内外展会、上门拜访、客户来访、电话和邮件往来以及委托第三方等方式进行。

11、问：目前客户库存水平？

答：每个客户的库存水平不同，一般客户均会储备 1—2 个月左右的库存，但其库存水平主要还是依据客户对后期市场的看法和销售策略等因素决定的。

12、问：欧洲市场和美国市场的差异？

答：欧美市场对于产品的偏好不一样，比如欧洲市场偏好厚度薄一点、尺寸小一点的产品，美国市场偏好厚度厚一点、尺寸大一点的产品。

13、问：欧洲 PVC 地板销售渠道的竞争格局？

答：在欧洲 PVC 地板装饰材料销售市场中，上游由生产制造商、品牌商和进口商等构成，市场中游为由分销商、批发商、零售门店、大型家居中心、大型连锁专业店、地面装饰专门零售门店、线上和 DIY 零售店、工程承包商等组成的终端销售体系，并由其直接面向终端消费者。其中上游制造商、品牌商旗下通常拥有多个品牌，根据产品品类及覆盖市场的不同，

采用直销和分销模式，销售给大型分销商、批发商和工程承包商等。相关统计数据显示，欧洲 PVC 地板装饰销售渠道分布情况如下：中游中大型连锁专业门店和家居中心销售占比 70.8%，大型卖场、折扣店销售占比 7.1%，个体零售店和 DIY 零售店占比 6.0%，线上及直销渠道 5.8%，工程承包商及其他销售占比为 10.3%。

14、问：对欧洲客户 24 年需求或者订单的展望？

答：受俄乌冲突、通胀水平高企等因素影响，立足一季度订单展望还是有增长的可能性的。

15、问：如何看待 PVC 地板和房屋销量的相关性？

答：根据公司收集的数据显示，PVC 地板 70%用于老房翻修，商业使用只占 30%，所以老屋销售和公司 PVC 销售更有相关性，当然新屋销售量提高也会带动一部分 PVC 地板销售。

16、问：房屋销售增长后，预计什么时候能够看到订单和发货的明显提升？

答：受消费者选择，公司客户库存等因素影响，一般 3 个月左右会有一定体现。

17、问：公司新品开发进展？

答：公司一直注重新品开发，目前公司在研发上的重点是轻量化、新材料和高性能，但是研发是一个长期

的过程，一旦有新的产品成熟化进入市场，我们有信心紧跟市场趋势，走在市场前沿。

18、问：如何看待 PET、PE 等新品对我们 PVC 产品的竞争？

答：PVC 地板是经过多年验证的成熟产品，PET 和 PE 都是新产品，目前还处于市场推广阶段，价格还比较高，也有少量销售。在全年美国房屋改善和维修的支出下降的情况下，我们认为客户会综合考虑包括价格在内的因素后选取产品，因此 PVC 地板作为地面装饰材料可能还是比较有优势的。

19、问：原材料价格变动趋势，原油上涨是否有可能增加公司成本？

答：乙烯法工艺的话原油上涨会有一定成本影响，主要还是看 PVC 原材料市场的供需关系，目前 PVC 市场总体供大于求，公司通过大宗采购，市场价格比较稳定的。

20、问：23 年毛利率上涨的原因，24 年公司毛利率的展望？

答：23 年毛利率上涨的原因主要是原材料 PVC 价格比 22 年度下跌，加之美元升值，提高了公司产品毛利水平。公司的毛利和很多因素相关，相关因素稳定的话毛利是可以稳定的。

	<p>21、问：行业目前在东南亚建厂比较快，下半年竞争压力会不会变大，目前来看，公司的独特竞争优势是什么？</p> <p>答：我们的很多客户是和公司一起成长起来的，粘性比较强；供应链的管理能力比较强，原材料 PVC 大宗产品批量采购，可以看得到优势比较大。公司在行业多年，供应链管理可以确保原材料的稳定、低价供应，提高交货速度，使得公司在面对市场波动时更加稳健。</p> <p>22、问：公司 23 年单季度收入体量受到溯源影响后相比 Q1 或 Q2 下降幅度不大，溯源后公司收入分地区如何拆分？</p> <p>答：23 年下半年越南开始受到溯源影响，公司下半年主要的收入来源还是国内。</p> <p>23、问：国内原来的美国客户，受到溯源影响后是否有变化？</p> <p>答：23 年度国内销售量还是稳定的，没有很大变化。</p>
附件清单	行业信息
日期	2024 年 4 月 29 日

附件：行业信息

2023 年美国 PVC 地板进口来源国家（地区）

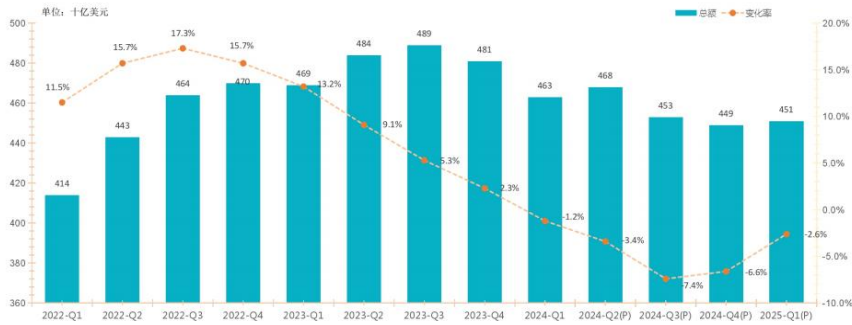
序号	2023 年		
	国别（地区）	总金额（千美元）	总数量（千平方米）
1	中国	2,128,353	1,978,202
2	越南	1,038,061	123,524
3	韩国	489,198	70,671
4	墨西哥	110,432	8796
5	泰国	71,017	7681
6	中国台湾	66,185	8985
7	加拿大	65,195	11798
8	印度	63,801	7462
9	法国	33,604	1711
10	英国	26,987	1700

2023 年中国 PVC 地板出口美国 TOP100 出口商

序号	出口商	交易重量 (KG)	TEU	出口商地址
1		130,767.0		
2				
3	ZHEJIANG WALRUS IMP & EXP CO.,LTD.			D FLOOR, BUILDING 2, NO.380 HAIFENG ROAD, HAINING ECONOMIC DEVELOPMENT ZONE, HAINING, JIAXING, ZHEJIANG, CHINA, CN
4				
5				
6				

数据来源：美国人口普查局（U.S. Census Bureau）

图表 40 2022-2025 年美国改建活动领先指标（LIRA）



数据来源：哈佛住房研究联合中心（Joint Center for Housing Studies, JCHS）

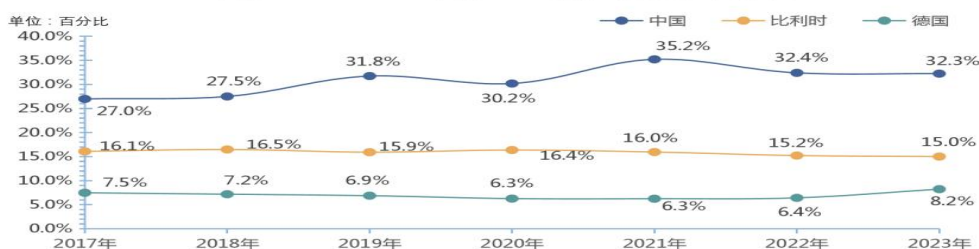
- 1、2023 年度美国 PVC 地板进口市场中，进口来源国中国排名第一，占比 50.38%。
- 2、美国的成屋装修和维修市场，是 PVC 地板的主要消费需求市场之一。美国社区调查（ACS）数据显示，2023 年美国存量住宅建筑屋龄中位数为 42 年，老房子的舒适度总体低于新建住宅，每年需要大量的资金投入在翻新与装修市场。
- 3、2024 年美国改建活动领先指标（LIRA）显示，2024 年到 2025 年第一季度用于改善和维修自住房屋的年度支出呈持续下降趋势。2024 年全年美国房屋改善和维修的支出的下降，会对家居装修和维修的建材需求市场带来缩减，但将促使更多消费者选择价格更低的 LVT 地板，有助于 PVC 地板的市场占有率的提升。预计 2024-2025 年期间，美国 PVC 地板整体市场规模将持续呈小幅增长的趋势。
- 4、2023 年中国 PVC 地板出口美国 TOP100 出口商中，海象排第三。

2021-2023 年欧洲 PVC 地板进口统计

年份	进口总额 (千美元)	增速 (%)
2021	3,978,786	26.51
2022	3,774,599	-5.13
2023	3,581,539	-5.11

数据来源：联合国商品贸易统计数据库(UN Comtrade)

2017-2023 中国 PVC 地板在欧洲进口市场占比



数据来源：联合国商品贸易统计数据库(UN Comtrade)

2021 年-2023 年欧洲 PVC 地板主要进口来源国：

序号	2021 年		2022 年		2023 年	
	国别	总金额 (千美元)	国别	总金额 (千美元)	国别	总金额 (千美元)
1	中国	1,401,695	中国	1,223,739	中国	1,155,308
2	比利时	635,063	比利时	574,900	比利时	538,052
3	德国	249,022	德国	243,073	德国	295,374
4	法国	225,293	卢森堡	233,182	法国	260,052
5	卢森堡	220,323	法国	229,403	卢森堡	239,263
6	荷兰	192,266	荷兰	175,418	荷兰	193,762
7	韩国	151,269	韩国	167,740	瑞典	144,812
8	瑞典	126,186	瑞典	118,314	韩国	111,559
9	英国	88,684	英国	93,144	英国	92,238
10	中国台湾	76,423	中国台湾	75,307	波兰	80,071

数据来源：联合国商品贸易统计数据库(UN Comtrade)

2023 年 1-12 月荷兰 PVC 地板进口市场的中国 TOP 26 出口商

排名	2023 年		
	出口商	交易次数	地址
TOP1	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
TOP2	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
TOP3	ZHEJIANG WALRUS IMP AND EXP CO	[REDACTED]	., Ltd. 3rd Floor, Building 2,no.380 Haifeng Road, Haining Economic Development Zone,haining, Jiaxing,
TOP4	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

数据来源：联合国商品贸易统计数据库(UN Comtrade)

- 1、2023 年度欧洲 PVC 地板进口市场中，进口来源国中国排名第一，占比 32.3%。
- 2、欧洲住宅存量屋龄普遍偏高，独立住宅房屋占比较高，存量房屋的翻新装饰市场基础规模庞大，PVC 地板消费的长期需求市场的潜力巨大，受欧洲通胀、家庭住宅消费下降等的制约，短期内市场释放程度趋缓。
- 3、2023 年中国 PVC 地板出口荷兰出口商中，海象排第三。