

证券代码：301227

证券简称：森鹰窗业

哈尔滨森鹰窗业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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他 电话会议 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	由兴业证券组织的电话会议，参会人为兴业证券分析师孟杰、黄杨及 25 名机构投资者，机构投资者清单见附件。
时间	2022 年 11 月 27 日（下午）16:00-17:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书邢友伟
投资者关系活动主要内容介绍	<p>Q1：公司未来如何开拓经销商，开拓的节奏如何？比如几年时间经销商能开拓到 400 家，经销商从哪来？</p> <p>A：公司以零售业务健康发展、收入实现为原则，不会追求绝对的数量，而是数量和质量的平衡。2016-2021 年末，经销商数量从 99 家增至 205 家，但是经销商渠道收入从 1.36 亿元增至 4.11 亿元，增加了 3 倍。因此，经销商数量增长的同时，也要保证单店的平均销售额，保证公司为经销商持续赋能和支持的能力。公司希望与经销商共同成长、发展，厂商共创、长期共赢，一起做好窗产业。在保证经销商质量的前提下，未来增加经销商门店数量的可选途径较多。一是经销商分裂：多级经销制度，深耕优势区域，覆盖销售区域，“1+N”模式；二是覆盖高经济增速区域：如尚未覆盖的，近五年 GDP 增速靠前的二、三线城市、百强县及县级市。三是经销商类型：根据不同经销商渠道和资源禀赋，独立运营单品类。四是网络渠道：结合年轻人、年轻家庭的消费习惯，不拘泥于实体门店，发展网络渠道，VR 展厅都是未来可以做的内容。</p> <p>Q2：经销商的平均提货额如何实现翻一番？对经销商的激励手段会有哪些变化？</p> <p>A：整体而言，目前经销商提货额仍存在很大提升空间，按照 2021 年数据测算，单个经销商平均提货额约 200 万，按客单值 10 万计算，每年仅服务 20 个客户，即 2 周达成一个客户。因此，提高客户成交效率、提高客单值是两个重要指标：在提</p>

高客户成交效率上，首先致力于改变现有的“坐商”模式，在零售门店的流量成交基础上，积极发展多渠道“行商”模式：设计师渠道、精装修公司渠道、物业管理渠道、同业/异业城市合伙人、团购渠道、网络渠道，都值得深度挖掘。在提高客单值上，首先是丰富公司的产品线，铝包木和铝合金产品配搭，增加应用场景。进一步增加配置，使产品更加丰富和多元化，给消费者更多的个性化选择，比如电动百叶、中空选配、高端木材、智能化的应用等等。

Q3：工程端拓展客户的方式、团队情况？

A：大宗业务获客方式主要是招投标和商务谈判。目前项目中心业务团队 64 人。具体到大宗业务的开展：

一、在产品定位上。大宗业务目前主要聚焦铝包木窗和聚氨酯窗，铝合金窗产品目前仅面向零售市场。

二、在客户类型上。在具体的项目及业态上主要为三个类型，一是高端地产、品质地产、宜居地产等，业态以别墅、洋房、大平层、品质高层、低密度高层为主，采购公司产品主要是为了匹配项目定位及提升楼盘品质，所谓品质地产配品质家居建材；二是以被动式超低能耗项目为代表的建筑节能领域，需要采购高性能的外窗满足相关标准，契合国家和各地政府相关建筑节能和绿色建筑政策；三是精装修等改善性需求等项目。

三、在开拓过程上。寻求发展理念和产品定位匹配度较高的客户群体。因此，在向大宗业务客户投标或商务谈判前或过程中，公司一般会通过公开信息渠道、市场调研、与大宗业务客户商务沟通等方面了解具体大宗业务客户及其将开发的楼盘的相关信息，包括：客户股东背景、行业排名、区域排名及市场口碑、资信情况、已开发楼盘的销售情况、市场定位等等。在对大宗业务客户及其将开发的楼盘进行了一定的了解后，公司负责大宗业务客户的项目中心组织对该大宗业务客户所开发项目的产品设计、成本测算、设计付款条件等；在成本测算的基础上，综合考虑合作历史、同行业竞争程度、客户信誉及能否接受付款条件和付款能力等因素确定报价；经公司评审后向大宗业务客户投标，或报价并进行商务谈判。在与大宗业务客户就产品方案、价格、付款条件等通过投标或商务谈判等充分沟通后，公司确定是否承接该项目并签订销售合同。

Q4：公司做铝合金窗的优势、劣势？在南方市场的品牌力情况？

A：森鹰的简爱铝合金窗，有“四简四爱”的特点：

“四简”，一是隐化压线：匿去繁复线条，拒接观感割裂；二是隐藏铰链：启闭之间，隐去突兀联结；三是内外纯平：一体化纯平设计，给予规整视觉观感；四是超窄边框：发现时尚与坚固的平衡点，和谐兼备；

“四爱”，一是窗纱防坠：窗纱一体，兼顾美观、性能与安全，

贴心守护；二是内外双色：满足室内外不同颜色配搭需求；三是大美圆角：隐去棱角，圆润柔和，关爱家人；四是暗式排水：整洁雅观，提升排水效率，拒接积水。

简爱铝合金窗是一款无压条设计、以铝包木思维设计的铝合金窗，采用了较为复杂的生产工艺，从而使整窗体现出了较好的高级质感、简约而不轻薄、定制化属性较高、个性鲜明，产品的差异化特征较为突出，在南方市场也具有较强的市场竞争力，有利于公司以多品类拓展南方市场。

Q5：未来产能投放和产能利用率的节奏？其他产能有没有落地的计划？

A：本次首发募集资金拟新增 40 万 m² 产能，双城四期工厂新增 15 万 m² 产能，南京二期工厂新增 25 万 m² 产能。产能利用率方面，2019-2021 年，产能利用率分别为 112.51%、107.27%、86.32%。2021 年产能利用率下降，是由于南京森鹰生产基地尚在产能爬坡阶段，尚未完全释放，预计 2022 全年的产能利用率将有所提高。

Q6：地方政府对投产有哪些补贴？

A：一、哈尔滨基地新建和技改项目涉及的省市区三级政策
1、《黑龙江省推动工业振兴若干政策措施》中对企业技术改造项目，以入统投资金额为依据，按入统时一年期贷款市场报价利率（LPR）水平给予 12 个月的贴息；
2、《关于加快推动哈尔滨市制造业高质量发展实现工业强市的若干政策措施》中第一条支持重点项目建设。按年度实际固定资产投资给予补助；
3、《哈尔滨市双城区促进产业发展扶持办法》中第二条扶持现有企业增资扩产。

二、南京区域新建和技改项目涉及的相关政策

1、包括江苏省对工业企业技术装备投入的补贴政策；
2、“南京市工业企业重大设备技改项目奖补”中针对项目当年累计技术设备购置的奖励补贴；
3、南京市委、市政府《关于进一步深化创新名城建设加快提升产业基础能力和产业链水平的若干政策措施》，对符合主导产业方向的高端项目的奖补；
4、《江宁区工业和信息化产业转型升级专项资金管理办法》《江宁区关于应对疫情影响帮助企业纾困解难八条》中规定的相关奖励补贴政策。

Q7：成本压缩的空间还有多大？

A：目前主要原材料基本呈现回落趋势。在具体的成本控制措施上，公司拟在以下方面加强相关工作：一是控制直接原材料成本。公司生产所需主要原材料包括木材、铝材、玻璃、水性漆、五金件及密封胶条等，木、铝、玻璃前三。全部原材料采

	<p>购金额约占收入的 50%，剩余为人工和制造费用。目前，哈尔滨王岗厂区自建的集成材工厂逐渐进入全面运营阶段，自产集成材比例增加；同时，增加哈尔滨双城工厂中空玻璃生产线、铝材生产线的生产及交付效率，增加配套产量。二是控制直接人工成本，丰富或补充用工方式应对季节性、临时性及辅助性用工需求。三是通过产量的增加，摊薄制造费用。</p> <p>Q8：同类型产品对经销商有没有提价，如果没有的话，未来有没有提价的可能性，经销商的零售价格公司有指导吗，这几年有没有提价？</p> <p>A：2021 年大宗原材料大涨，竞争对手厂家均有不同程度的提价。为应对原材料价格上涨，公司针对不同销售渠道也进行了提价。具体到产品系列上，2021 年 S101 系列比 20 年平均售价提高 196 元，增幅 11.93%；F86 系列平均售价提高 145 元，增幅 10.64%；P120 系列平均售价提高 143 元，增幅 7.25%。未来，公司会综合销售策略、新产品研发、成本波动、经销商支持等因素，灵活调整零售的价格指导。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及应披露重大信息。
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 11 月 27 日

附件：2022年11月27日调研活动与会投资机构清单

序号	机构名称
1	兴证国际金融集团
2	衍航投资
3	天郎资产管理
4	禾永投资
5	安徽毅达汇承股权投资管理企业（有限合伙）
6	农银理财
7	华泰保兴
8	九泰基金
9	东方阿尔法
10	销售交易业务总部
11	椿实投资
12	甬兴资管&自营
13	永安国富投资
14	中国人保寿险
15	国寿安保
16	中银资管
17	平安基金
18	工银瑞信基金
19	嘉实基金
20	兴证基金
21	易方达基金
22	财通基金
23	富国基金
24	东吴证券自营
25	中邮人寿