

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：2023-005

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	本次会议由民生证券研究院组织，会议主持人为民生证券建材建筑首席分析师李阳女士，共有 27 名研究院及机构投资者参会，与会人员名单详见附件。
时间	2023 年 7 月 15 日（下午）14:30-15:30
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：能否先请公司对 2023 年半年度业绩预告及 2023 年首期限制性股票激励计划进行解读？</p> <p>A：分为两部分：一是公司 2023 年上半年度业绩预告暨主要经营情况，二是首期限制性股票激励计划。</p> <p>一、2023 年上半年度主要经营情况</p> <p>首先声明目前公司财务核算工作尚在进行中，以下仅为初步测算数据，最终以公司披露的半年度报告为准。</p> <p>在大宗业务方面，今年上半年，虽然国内外宏观经济环境不确定性加剧，加之房地产市场尚在恢复期，但整体上公司大宗业务在手订单仍然相对较为充沛。房地产行业景气度对大宗业务产生的影响，主要在订单的转化周期延长，从投产、发货、安装、验收等节点都出现了一定的滞后。从年度新签大宗订单分析，公用建筑等非住宅项目和国有性质客户占比有所增加。在当前的行业背景下，公司对大宗业务订单更关注收入的质量，包括毛利率水平、预付比例、回款进度等方面。</p> <p>在零售业务方面，公司一直在寻求突破，通过多元化的销售渠道拓展零售市场。从上半年度经销商渠道的产品构成上，简爱</p>

系列铝合金窗的增速快于铝包木窗。同时外窗消费场景的多元化趋势较为明显，除了传统门店，物管渠道、团购渠道、改造渠道及设计师渠道均在有序拓展。另外，依托于经销商渠道资源开展的小 B 业务渠道取得了一定成绩，该业务销售面积约占整体销售面积的 10%左右。未来有望成为新的增长点。

从毛利率方面，2023 年 1-6 月简爱系列铝合金窗毛利率较上年同期增速较快，从而导致零售渠道整体毛利率提升。大宗业务整体毛利率略有下降。

从整体营业收入方面，上半年度营业收入增速约在 5-10%区间，经销商模式收入（零售业务）是增速快于大宗模式收入。以上相关数据由公司财务部初步测算得出，公司将在 2023 年半年度报告中详细披露具体财务数据。

二、2023 年首期限限制性股票激励计划情况

本期激励计划主要目的为激励核心骨干团队，以中层管理人员、核心销售（技术）人员等为主，主要为了提振团队信心并起到示范效果，为后续的系统激励打好基础。同时，公司正在进行全面的薪酬改革，本次激励计划仅是公司整体薪酬体系中，长期激励的一部分。在组织架构层面，公司不断在弱化部门墙，鼓励和发展跨职能部门组织，以市场为中心全面支持两大营销中心的业务拓展。窗产业是一个需要沉淀的行业，市场规模巨大但集中度较低，在目前行业竞争格局之下，本期激励计划有助于公司整体战略的实现。本期激励计划，公司考核层面 2023-2025 年营业收入目标值年均复合增长率约为 18%左右，考虑到市场培育和产能释放等原因，2025 年增速略高。在个人考核层面，公司将掌握较为严格考核标准。

Q2：公司上半年主要产品的占比情况如何？收入按销售渠道、按产品的整体趋势如何？

A：2023 年上半年度，铝包木窗占比约 85-90%，铝合金窗占比约 10-15%。按销售渠道划分，经销商业务渠道收入增速快于大宗业务渠道；按产品类型划分，铝合金窗产品收入增速快于铝包木窗产品。

Q3：公司开展的小 B 业务渠道计入零售业务渠道还是大宗业

务渠道？

A: 小 B 业务渠道介于公司之前的两种销售模式之间，公司正在与会计师事务所等进行沟通，尚未确定。公司将结合会计准则、收入确认原则等相关规定，确定此类业务收入的归集。

Q4：公司如何平衡未来大宗业务收入和回款的关系？如何提高收入质量？上半年度应收账款情况如何？

A: 首先公司在大宗业务上，对应收账款坏账准备计提是较为充分的，相比于同行业公司，公司的坏账准备计提政策非常谨慎，例如对于账龄在 3 年以上的应收账款计提 100%坏账损失，对某些风险特征明显不同的应收账款进行单项计提等等，一方面从财务数据上充分揭示应收账款对利润的影响，另一方面也是加强公司内部对应收账款的管理；其次在内部考核机制上，大宗业务的回款是最大权重的考核指标，对项目中心销售团队进行制约，从股权激励的个人考核层面，沿用这种考核方式；最后是公司不断在完善大宗业务订单的合同签订、合同履行、合同争议解决等流程和机制，比如在事前的合同签订环节，公司增设了很多客户资质审查、合同评审等的关键指标，即在制度保障和流程上进行严格控制。

从财务初步核算数据和业务部门了解上看，整体应收账款账面余额有所降低，具体数据还请查看公司披露的半年度报告。

Q5：公司目前在大 B 端的主要客户有哪些？

A: 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，此类客户采购公司产品，主要是为了匹配其项目定位及提升楼盘品质，目前房地产市场进入新的阶段，开发企业过去很多采用高周转运营模式，现在更加注重产品的设计、交付的品质、后续的服务；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。具体客户上，主要为区域性品牌地产、央企、地方性国企等房地产商。

Q6: 未来五年公司预期的增速是多少?

A: 未来五年,我们认为国内的窗产业会迎来很大的发展机遇,无论是B端的建筑节能、外窗强制性标准提高,还是C端窗产品消费的普及度提高。因此,公司对于未来五年的收入年均复合增长率预期保持整体乐观。整体上,在募投项目等相关产能释放后,公司对收入预期增速要求相对更高。

Q7: 非住宅的项目对产品有什么特殊的要求? 这类项目公司采用直销, 还是其他方式?

A: 公用建筑项目客户相比商业地产开发项目,对产品的保温、节能属性要求相对较高,因为这类项目的计划使用年限都比较长,也相对更重视产品的可靠性、维护成本、售后服务。根据具体用途,也会对产品的外观设计有较高的要求。此类项目主要由公司项目中心销售团队开展直销。

Q8: 上半年度,公司在成本端有何措施,能否进行简单拆分?

A: 结合财务初步测算数据,首先从直接材料上,2023年上半年度单位直接材料整体同比下降,相比于上年同期,主要原材料中的木材、玻璃、铝材等均有不同程度的下降,其中水性漆有所增加;直接人工和制造费用较上年同期变动幅度较小。在具体降本措施上,公司将进一步围绕我们的成本领先策略,比如在木材上,公司将扩大哈西集成材生产基地的产能,进行全新的产线升级,逐步实现硬木集成材自产;玻璃上,在华东地区寻求外部合作,提高南京基地玻璃的采购稳定性;进一步扩大全球的供应商采购资源,五金、胶条、水性漆等寻求更长期、更优质、更有成本优势的合作伙伴;此外,公司计划对国内各个生产基地进行智能化改造升级,提高生产效率,降低直接人工成本。

Q9: 远东如俄罗斯等地区跟公司哈尔滨基地较近,气候条件上面也有相似之处,我们有没有这方面的市场开拓计划?

A: 公司目前对该市场尚没有具体的开发计划。

Q10: 未来在大宗业务增长方面,森鹰窗业会通过拓展品类来

	<p>实现增量吗?</p> <p>A: 公司计划推动 GFRP、UPVC 等低 K 值高分子窗型的研发, 并计划首先在大宗业务渠道进行推广, 主要应用于绿色建筑、被动式超低能耗建筑等领域, 以及非高端地产项目, 但对建筑节能和外窗性能要求较高的客户。</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	2023 年 7 月 15 日

附件：2023年7月15日调研活动与会投资者清单

序号	出席人员	机构名称
1	李阳	民生证券研究院
2	胡宝莹	民生证券研究院
3	田昕明	广发资管
4	张鑫荔	嘉实基金
5	李泽昱	汇添富基金
6	景顺长城研究部	景顺长城基金
7	郑晓秋	明世伙伴基金
8	文杰	工银瑞信基金
9	谢泽林	嘉实基金
10	涂健	聚鸣投资
11	湛红梅	深圳奇盛基金
12	张羽	中金基金
13	王建军	泰康资产
14	赵万隆	九泰基金
15	沈怡雯	上汽顾臻
16	郝朋哲	歌汝投资
17	杨秋鹏	长盛基金
18	龚小乐	同犇投资
19	胡纪元	长城财富保险
20	温震宇	西部利得基金
21	蔡春红	新华基金
22	孙浩中	中信保诚基金
23	吴鹏	博时基金
24	徐留明	兴全基金
25	神玉飞	贝莱德
26	范亮	华富基金
27	孙辉辉	前海人寿