证券代码：002641 证券简称：永高股份

**2020年2月25日、2月26日投资者关系活动记录表**

 编号：2020-003

|  |  |
| --- | --- |
| **投资者关系活动类别** | □特定对象调研 □分析师会议□媒体采访 □业绩说明会□新闻发布会 □路演活动□现场参观 √其他 电话会议 |
| **参与单位名称及人员姓名** | **机构投资者：**  华西证券 戚舒扬、富恩德 薛萧、中信保诚 孙鹏、新华资产 谷航、上海朴道瑞富 赵楷、华宝基金 陈怀逸、金鹰基金 孟思琦、华西证券 郁晾、宝盈基金 王灏、 中信建投证券 杨欣达、农银汇理基金 宋磊、中信保诚基金 孙鹏、幻方量化 柴伟 |
| **时间** | 2020年2月25日、2月26日 |
| **地点** | 电话会议 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事会秘书陈志国、证券事务代表任燕清、投资部副经理李宏辉 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **一、公司疫情复工复产情况？**公司每年春节放假一般是半个月左右，2020年春节假期原定时间是1月18日至2月2日，由于受冠状病毒疫情影响，公司依据当地政府规定和实际情况，于2月18日慢慢开始复工，因公司一线员工外地人员较多，截止目前公司复工率大概在70%左右，目前发货量逐渐增加，公司已经派几辆大巴车专程去外地接员工回公司，因公司的下游企业，如房地产行业的复工一般到三月份，所以公司全面复工达产可能到三月中上旬左右。目前公司子公司上海公元、安徽永高、公元太阳能、公元电器、天津永高已陆续复工，在生产上由于员工到岗人数不够，现在是各条线员工相互调剂使用。**二、公司如何看待精装房趋势？**从房子的装修来看，管道占比非常小，房地产商往往会趋向选用品牌和质量都有保证的管道，我公司是国内塑料管道行业中品牌和质量都有优势的企业,而且公司产品种类和规格比较齐全，目前公司与万科、恒大、中海、招商等地产巨头保持了良好的战略合作关系，精装房市场对公司这样在塑料管道行业中规模大、品牌好、质量优、品种齐的一些龙头企业来说是有优势的。**三、公司地产业务情况？**目前公司直接配送的全国知名的地产商有十几家，公司设有地产事业总部，通过地产事业总部拓展和协调地产业务，公司鼓励和支持经销商与当地规模较小的地产商直接合作。近几年公司地产业务由原来的经销商配送逐渐转变为由公司直接配送，配送费用明显降低。2019年度，公司地产业务发展势头良好，业务量提升明显。**四、公司有无考虑扩大和其他地产商的合作？**在控制应收账款的同时,公司会考虑扩大与其他地产商的合作。**五、公司和优质地产商合作的情况？**公司和优质地产商一直保持着非常不错的合作关系，如万科公布的2019年度合格供应商名录中可以看出，公司2019年再次荣获万科A 级供应商称号，也是公司自2013年万科开始评选A级供应商以来唯一一家连续获此殊荣的塑料管道供应商。**六、行业的竞争形势？**全年整个塑料管道行业大概是2%-3%的增长速度，整个行业增长速度不快，但规模企业优势企业都有不错的增长，那么对于一些规模小、质量次、环保不达标的企业将逐步被淘汰，随着人们消费理念转变升级，环保和卫生安全意识不断加强，规模大、品牌优、技术强、质量好的企业发展步伐加快，在产能、产量及综合竞争力上均有所提升。规模以上企业在完成全国生产基地布局后，竞争方式将从区域竞争转向全国化的竞争，行业集中度将继续提升，具有品牌、规模、渠道、研发与技术优势的企业在竞争中将处于优势地位。**七、公司如何应对行业竞争？**公司会持续进行新产品的开发设计，不断保持收入端的增长，成本端的控制，提升公司的市场占有率。**八、公司2020年收入的预测？**2020年度收入的计划公司会在2019年度报告中披露，届时请关注公司2019年年度报告。**九、公司的产能利用率情况及营销占比情况？**公司2019年产能利用率在85%-90%之间。公司以渠道经销为主，工程直揽及出口为辅的销售模式，目前渠道经销占比约70%左右，工程直揽（包括房地产配送、市政工程和燃气管道）约20%左右，出口约占10% 左右。**十、公司管道有没有找其他厂家代工的情况？**为了保证公司产品品质的稳定性，公司管道产品全部由公司或子公司自己生产，没有委托其他厂商代工。**十一、公司各产品的产能情况？**目前，公司各生产基地的总产能约60万吨以上。 各产品产能情况PVC产品约40万吨 PE产品约15万吨,PPR产品约5万吨。**十二、公司产能是否有提升的空间？**目前公司各生产基地现有的总产能约60万吨以上，这个总产能就是通过设备24小时不间断运转来实现的，如果再提升产能，一是通过增加新项目建设,如黄岩新建年产5万吨项目和湖南岳阳新建年产8万吨项目，二是在现有基地增加设备或淘汰落后设备达到提升产能。**十三、净利率提升原因？**公司净利率在2019年有所提高，但是相对其他同行上市企业还是有差距，还有提升空间。净利率的提升主要是公司成本管控及市场的扩张。**十四、公司经销商及分布情况？** 华东地区是公司的主要销售市场，经销网络在华东地区建立的比较完善，今后经销网络将逐渐下沉到乡镇及农村。公司也在加大其他区域的销售力度，经销网络正在进一步完善。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年2月25日、2月26日 |