证券代码：002641 证券简称：永高股份

**2020年6月11日投资者关系活动记录表（二）**

 编号：2020-019

|  |  |
| --- | --- |
| **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：** 国泰君安黄涛、上海雅儒资产管理 陈起凡、广东汇创投资 吴志凡、深圳红筹投资 刘健阳、西藏源乘投资 刘小瑛、德邦基金 徐一阳、永赢 王佳音、国泰君安 黄节根 王添震、财通基金 严鹏、富国基金 林浩洋 孙彬、万家基金 刘洋 董一平、浙商基金 贾腾、长江证券（上海）资管 诸勤秒 杨杰、上海从容投资 李学浩、上海途灵资产 符涓涓、上海沃珑港投资 刘金磊、无锡汇蠡投资 花颖喆、中信建投基金 周户、中信证券 黄哲 郭羽 陈思 王亚男、中金资本 李响、合煦智远基金 范鹏程、红土创新基金 张乔波、厦门坤易投资 郑婷、申万菱信 廖明兵 |
| **时间** | 2020年6月11日  |
| **地点** | 公司证券部 |
| **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 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **一、截止目前公司基本情况？**受新冠病毒疫情的影响，一季度公司出现销售收入3个多亿的下滑，但四月份以来，公司生产和销售已完全恢复，力争上半年销售达到与去年同期水平，下半年完成全年定下的目标。期间费用增长幅度不超过营业收入的增长幅度；净利润增长幅度不低于营业收入的增长幅度。这个目标不变。**二、今年地产以拓展新客户为主还是以原来的客户为主？**2020年公司直接配送的地产业务在维护原来的老客户的前提下，公司在控制好应收账款的同时，也考虑扩大与其他地产商的合作力度，目前已经有几家在洽谈合作。**三、公司有多少家地产商直接合作的？**公司直接配送的全国知名的地产商有十几家，目前深度合作的目前有万科、恒大、中海，这三家地产的业务规模占公司地产配送的80%左右。**四、公司市政管道的占比大概有多少？**公司是以渠道销售为主，工程直揽（含房地产配送、市政工程和燃气管道）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（含房地产配送、市政工程和燃气管道）约20%左右（其中直接配送的地产收入占整个销售收入的14%-15%左右，市政工程和燃气管道约占5%-6%左右）出口约为10%左右。**五、受疫情影响公司上半年出口影响大么？**公司出口业务有两块，分太阳能业务和管道业务，上半年管道出口影响较大，但是太阳能业务反而增长的比较明显。**六、公司如何看待塑料管道行业的增长空间？**整个行业这几年增长缓慢，但整个塑料管道龙头企业基本都有保持双位数的增长，有两方面主要原因，一是整个行业竞争加剧，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。二是地产商，地产行业也在集中度也在提高，他们集采对应的也是规模大、质量好且有一定的配送能力的企业，这也促使规模企业增长速度明显大于行业的增长速度。**七、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。**八、公司对地产业务的应收账款怎么把控？**公司直接配送的地产业务，目前深度合作的主要有万科、恒大、中海，这三家地产的业务规模占公司地产配送的80%左右，公司在2020年也有意在控制应收风险的同时，考虑扩大与其他地产商的合作。同时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，这样经销商既分担了相应的应收账款的风险，又能达到双赢。**九、公司在股权激励上有没有想法？**公司暂未考虑股权激励等相关计划，若有相关计划，公司会及时公告。**十、公司产能利用率情况？**公司产能利用率是85%-90%左右。**十一、公司利润率还有没有提升的空间？**公司子公司的销售目前是有明显改善，另一方面公司通过成本管控，费用管控，降低费用率。2019年公司的业绩有一个明显的提升，销售端的增长带动单位成本的降低，费用的控制带动费用率的降低，公司毛利率和净利率和同行业其公司相比，仍然还有提升空间。**十二、公司未来有没有目标？**公司设有双百目标：打造百年企业 ，实现百亿产值。短期目标百亿产值，未来三四年的时间就能够实现，长远目标百年企业，就是不以短期利益为驱动，围绕永高品质、公元品牌，把企业做大、做强、做久。**十三、公司对经销商网络的计划？**公司一级经销商目前有2200多家，经销渠道在华东比较完善，在华东地区一级不会再明显增加，更多的是渠道下沉，下沉到乡镇及农村等。在西南地区，华中，华北，东北等销售相对薄弱地区，公司一级经销商网络覆盖达到市县级，所以会在这些地区增加一级经销商。**十四、经销商的库存情况？**一般情况下经销商库存情况不会太大，因为会占用流动资金，其次是因为管道的占地空间比较大，且公司发货相对比较及时。**十五、怎样看待行业竞争问题？**目前国内较大规模的塑料管道生产企业3000家以上，其中，年生产能力1万吨以上的企业约为300家，有20家以上企业的年生产能力已超过10万吨。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，一些规模小、质量次、环保不达标的企业将逐步被淘汰。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。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年6月11日 |