证券代码：002641 证券简称：永高股份

**2020年7月14日投资者关系活动记录表**

编号：2020-027

|  |  |
| --- | --- |
| **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 |
| **参与单位名称及人员姓名** | **机构投资者：**  申万建材 戴铭余、刘爽、何光基 |
| **时间** | 2020年7月14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、公司主要的销售途径？**  公司的销售模式是渠道为主，工程直揽（含房地产配送、市政工程和燃气管道）和出口为辅的销售模式。  **二、地产直接配送公司是怎么发货的？**  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，公司给地产商配送有两种途径：一是公司给大的地产商在全国的项目由公司直接配送，二是由经销商或第三方配送，公司支付一定的配送服务费。近几年公司逐渐扩大直接配送比例，配送费用明显降低。  **三、公司对经销商家数有没有具体规划？**  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、华中、华北、东北等销售相对薄弱地区，公司一级经销商数量还会进一步增加。  **四、公司对销售人员有什么激励？**  公司在市场业务规模的拓展中，销售人员以业绩为导向，通过业绩目标、回款目标、业绩增长等，实行不同层级薪酬激励制度，推动销售人员业务拓展的积极性。  **五、公司对经销商工程业务上的支持？**  公司会根据经销商的合作年限、合作规模等综合考虑给一定的信用额度，同时公司也会配合经销商做地方工程业务的招投标。  **六、公司2020年度全年有11%的销售目标，有给经销商定目标吗？**  我们每年年初都会和经销商签订目标协议，对于超额完成年初既定目标的经销商会有一些激励。  **七、公司今年有新增的地产商么？**  公司直接配送的地产商每年都会有增加，今年是计划增加3-5家深度合作的地产商，目前有开始合作的，也有还在接洽的。  **八、公司对地产直接配送的目标增速？**  2020年公司对地产直接配送的增长目标比公司整体的增长目标增长要高一些。  **九、公司给地产商的账期有多长？**  地产商的账期我们是按照合同来，根据不同的合同，有些账期比较长，有些账期会短一些。  **十、精装房哪个管用的多点？**  精装房的管道给水一般是PPR，但还有一部分是PVC的电工套管及PERT的地板采暖管。  **十一、公司2019年销售人员工资同比增加较多，还会再增加么？**  公司销售队伍一直在扩大，同时销售人员的工资是以销售业绩为导向，销售人员整体的工资不会下降，公司争取整个销售费用率同比不增长。  **十二、给经销商发货的运费是公司承担的吗？**  给经销商发货的运输费用是公司承担的。  **十三、公司子公司之间销售如何管理？**  公司对每个子公司之间销售都会划分区域，分区域管理。  **十四、各子公司采购是如何管理？**  大宗原料是母公司统一协调采购，其他少量辅料等各子公司自行采购。  **十五、公司2019年利润增长很快的原因？**  一方面是公司加大销售团队建设，打造公元铁军，使销售业务保持较高增长，规模效应带来单位成本降低，毛利率有所提升。另一方面，公司持续导入精益生产，从开始的模糊管理到现在的数据化管控，稳步提升生产管理水平。从开源、节流、防风险、抓落实四个方面入手，定期召开目标管理会议，点检各中心及业务部门项目课题完成和改善情况，总结成果，部署任务，把目标管理常态化。通过精益生产、目标管理，公司管理水平得到有效提升，不仅促进公司销售端的稳步提升，成本费用也得到了较好的控制。  **十六、公司给经销商的账期是多久？**  公司会根据经销商的规模及合作的时间等方面综合考虑，给不同的经销商有一定的信用额度，额度满之后都是先付款后发货。  **十七、太阳能业务情况？**  太阳能以出口为主，前几年因欧美“双反”业绩出现大幅下滑，后来公司控股股东“公元集团”通过注资，剥离了不良资产，使太阳能公司状况得到了明显改善，2015年9月公司并购太阳能公司，是想可以借助上市公司平台，把太阳能业务做大，为公司培育新的业务增长点，目前欧盟 “双反”已经结束，上半年疫情对公司管道业务出口影响较大，但是太阳能业务反而增长的比较明显。  **十八、公司对电器开关的业务规划？**  目前电器开关业务尚处于市场培育阶段。电器开关业务相比塑料管道业务较小，公司电器开关业务与公司管道家装业务产生协同效应，公司有信心把太阳能和电器开关业务培育发展好。  **十九、公司未来的定位目标？**  公司未来会坚持以塑料管道为主的战略定位，同时希望在未来三年的时间能够保持目前15%以上的增长速度，达到100亿元的销售目标。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年7月14日 |