证券代码：002641 证券简称：永高股份

**2020年11月13日投资者关系活动记录表**

 编号：2020-040

|  |  |
| --- | --- |
| **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：**  东北证券 阚磊 陶昕媛 |
| **时间** | 2020年11月13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、公司前三季度业绩增长的原因？**前三季度主要原因是由于今年疫情影响，原材料降幅比较大，公司在三四月份的时候通过现货储备和期货套期保值对PVC原材料价格进行了锁定。公司最近几年销售都保持了较好的增长速度，内外因素都有，最主要的还是公司内部因素起到了决定性的作用。公司从上市到现在近十年的时间了，在生产基地的布局来说，天津永高、重庆永高、安徽永高都是上市后新建或并购来的，增强区域性的品牌影响力是需要一个时间沉淀的过程。从管理方面来讲，公司销售由总经理亲自抓，一方面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，公司从管理和费用控制方面有了一个质的提升。**二、公司原材料价格和国际油价有关联吗？**公司主要原料有PVC、PE、PPR，公司所用原材料PVC主要是由电石法生产的，乙烯法和原油价格相对紧密些，电石法和原油价格的关联度相对较小，但是原油价格一直在低位运行，国外乙烯法PVC进口增加也会影响到国内PVC价格。**三、公司的销售费用下降较多的原因是因为疫情影响吗？**公司销售费用和去年同期比还是有增长的，由于公司2020年起按照新的收入准则，把销售费用里的运输费用调转到营业成本里去，还原后销售费用率基本持平。**四、地产业务的情况？**公司深度合作的地产商有万科、恒大、中海，这三家地产业务规模占公司地产配送的80%左右，今年也陆续和几家地产客户新签定了正式的合作协议。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。**五、公司对地产商回款有没有压力？**地产直接配送占公司销售收入的14%-15%左右，公司跟地产商直接合作相对谨慎，拓展业务规模不是最主要的，会根据地产商的资产负债情况、信誉等综合考虑，适当扩大地产商的合作范围，把控制风险放在首位。目前和公司合作的几大主要地产商未出现违约及延期支付的情形。**六、国家旧改等政策对公司的影响？**旧城改造按国家公布的相关政策，老旧小区增加塑料管道用量约有百亿级的规模，从目前反馈的信息来看，它对管道业务起到正面的作用，公司暂没有对旧改项目数据做专项统计,因旧改项目大多数也是通过经销商去做，公司主要是经销渠道为主，没有把旧改单独做拆分统计，旧改涉及到B端客户为主，旧改对公司来说还是有一定优势的。**七、华南两个基地业绩下降的原因？**公司华南两个基地的营收降幅比较大，从公司角度来看有内因也有外因：由于深圳永高自有土地不多，厂房受限，生产压力比较大，所以公司把部分地产业务及产能调到其他基地去了。广东永高是以大口径塑料管道为主，大管道主要用于市政工程 ，前几年市政管道基本以塑料管道为主，近几年水泥管和铸铁管比例提升，这方面对公司也有一定的影响，当然也有华南区域激烈的市场竞争原因。另外，上半年疫情原因，华南两个公司恢复生产的时间相对来说略迟一些，造成销售降幅较大。根据这些情况，目前华南总部也在做一些产品上的调整，后期公司尽量去扭转不利因素带来的影响。**八、公司海外项目进展情况？**公司迪拜项目是公司控股子公司香港公元2019年收购的，因收购的时候该项目属于在建工程，公司为了获得迪拜公司现有的厂房，通过继续投资，在阿联酋迪拜自贸区建设塑料管道生产基地，有3万吨的产能规划，目前因迪拜疫情比较严重，目前迪拜项目还在工程招投标的前期准备工作，预计明年中期开始进行生产。**九、公司选择在迪拜建厂原因？**因管道运输成本较高，公司出口以管件阀门居多，公司外贸业务是在中东开始起步的，目前公司在中东有一定的市场份额，公司在迪拜建厂主要生产管材，与出口管件会产生协同效应，从而带动管件的销量，也可带动周边地区，并辐射非洲等地的市场。**十、公司家装业务情况？**近几年公司对家装业务配置比较多的资源，从团队打造、品牌宣传、体系建设等多方面入手，家装业务日趋成熟完善，业务规模逐年增加，后期对公司的盈利贡献会越来越大。**十一、公司太阳能业务情况？**公元太阳能原有的发展基础是比较好的，前几年因欧美“双反”业绩出现大幅下滑，后来公元集团通过注资，剥离不良资产，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，目前欧洲取消 “双反”，太阳能业务增长也比较明显。**十二、公司直销和经销的比例？**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。**十三、公司经销商家数？**截止2019年底公司一级经销商有2200多家，包括太阳能和管道出口的海外经销商家数。**十四、应收账款情况？**公司应收账款主要是市政和地产业务，这两块应收账款大概有70%左右，占的应收账款的比例比较大，渠道的应收账款比例不大，其他的是出口业务和燃气也有一部分应收账款。**十五、公司可转债转股截止到什么时候？**公司可转债载止2020年11月18日收市后仍未转股的“永高转债”将被强制赎回，2020年11月19日停止交易和转股。**十六、公司产能情况？**公司截止2019年的产能是60多万吨，公司可转债有两个募投项目，募投项目建成后能增加13万吨产能，公司会根据销售情况适时的提高产能，如公司可以通过提高自动化水平、增加设备等方式提高产能，且公司全资子公司重庆永高、安徽永高及天津永高厂区仍然有很大的产能提升的空间。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年11月13日 |