

证券代码：002641

证券简称：永高股份

## 2021年9月2日投资者关系活动记录表

编号：2021-009

<b>投资者关系活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>          电话会议          </u>
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	<b>机构投资者：</b> Investor Firm Contact、Millennium Partners LP Henry (Runyu) WANG、Wellington Mgmt Co LLP Andy Hsu、TimesSquare Capital David Oh
<b>时间</b>	2021年9月2日
<b>地点</b>	公司证券部
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事会秘书 陈志国、证券事务代表 任燕清
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>一、介绍公司半年度经营情况？</b></p> <p>公司半年度报告已于2021年8月25日披露，2021年上半年公司销售取得了不错的业绩，但盈利能力还有待进一步增强。公司营业收入39.48亿元，同比增长40.98%，归母净利润2.52亿，同比下降8.71%，其中，管道业务完成34.25亿元，同比增长39.14%，太阳能业务完成2.77亿元，同比增长48.79%，电器开关业务完成0.32亿元，同比增长104.89%，其他业务收入完成2.14亿元，同比增长56.06%。上半年由于原料一直在高位震荡，公司从去年12月和今年3月对产品的出厂价格做了调整，由于原料涨幅较大，产品销售的价格没有完全覆盖原料涨价的幅度。上半年按产品分类，PVC管道业务同比增长了50.23%，占营业收入的50.7%；PPR管道业务同比增长38.89%，占营业收入的16.46%；PE管道业务增长18.37%，占营业收入的16.82%，电器产品</p>

业务增长了 104.89%，占整个业务的 0.82%，太阳能业务同比增长 48.79%，占营业收入的 7.02%，以上是公司上半年的经营情况。

## 二、公司下游销售的占比情况例？

公司下游销售是以经销渠道为主，经销渠道大概占比 60%左右，地产直供业务大概占 12-13%左右，工程大概占 3%左右，出口上半年增长较大，大概占 15%左右，剩下还有燃气和家装业务，燃气大概占 2-3%左右，家装占 6%左右。公司有些地产业务（如龙湖），是通过经销商配送的，这部分的比例没有统计到地产直供里面，是统计到经销渠道里面。

## 三、公司各主要原料上涨的情况？

公司主要原料有 PVC、PE、PPR 等树脂，上半年主要原料价格涨幅较大的是 PVC 原料，同比涨幅在 30%-40%左右。PE 和 PPR 的原料价格也有涨，但相对 PVC 原料涨幅要小一些，因公司主要是以 PVC 为主，所以 PVC 原料的涨幅对公司的影响比较大。

## 四、公司原料的涨幅有转嫁下游吗？

原材料涨幅比较大，公司分别在去年 12 月和今年 3 月对产品出厂价格进行了提价，但提价并没有完全覆盖原材料价格的上涨幅度，公司一方面通过销量的增长，另一方面通过期货市场及内部降本增效等尽可能的消除影响。

## 五、PVC 原材料下半年的波动还会比较大吗？

从目前情况看，PVC 原料的价格仍然较高，一部分原因是下游的刚性需求，另一方面是国外受疫情影响，国内有一部分的原料出口占了一定额度，所以国内的价格一直在高位，后期 PVC 原料的价格还是要看市场情况，应该还是有下降的空间。

## 六、公司市场占有率情况？

最近两年塑料管道整个行业的增长速度相对较低，基本上只有 2%-3% 的增长，但对于龙头企业、规模企业都有 10% 以上的增速，公司最近几年市占率提升的较快，2020 年度的市占率大概是在 4% 左右，公司仍然还有很大的提升空间。

### **七、除了恒大其他房地产商有没有风险？**

恒大集团及其成员企业由于资金周转困难，出现商业承兑汇票逾期未兑付的情况，公司于 2021 年 8 月 25 日已经公告的比较清楚，目前除了恒大集团及其成员企业，其他地产商风险可控，其他地产商的结算目前是以现金、保理和信用证结算为主，按月结算。

### **八、除恒大及成员企业，其他地产直供占收入多少比重？**

除恒大及其成员企业，其他地产直供占收入的 7%-8%左右，后面比例应该会有所提高。

### **九、地产商的账期一般有多久？**

公司和地产商的账期是按照合同约定条款来的，根据不同的合同，账期也会长短不一。

### **十、除了成本公司其他挑战或成长的机会在哪里？**

公司 2011 年上市之后，前些年虽然销售一直都在增长，但利润一直在 2 亿上下徘徊，公司经历了内部整合，包括并购公司进行品牌的整合及团队的整合，前几年利润没有一个大的突破。2019 年之后公司不管是销售还是利润的增长都较快，今年由于受成本影响压力较大，但从整个公司来讲，无论是销售端还是成本管理，比前几年都有一个质的飞跃。现在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。

### **十一、公司业务主要在华东区域，在其他区域有什么目标及竞争格局？**

公司业务主要是在华东，未来的发展，华东仍然是我们的主打市

	<p>场，公司今年在江苏淮安建设新的生产基地，是为进一步深挖华东市场，未来在长三角地区打造 100 万吨以上的产能，其他区域公司也在布局，在广州、深圳、湖南、天津和重庆都有生产基地的布局。另外在销售薄弱区域会设立仓储中心，通过仓储中心去辐射市场，今后将根据市场拓展情况，适时考虑在该地区是否新建或并购新的生产基地。</p> <p><b>十二、公司有没有和管道业务相关方面的布局？</b></p> <p>和管道相关的业务也有在做，包括卫浴、防水、不锈钢管等也有产品推出，未来应该是围绕着塑料管道、家装建材方面去布局，会有这方面的考虑，也会在这些方面尝试着业务拓展。</p> <p><b>十三、公司在华南和华东主要有哪些竞争对手？</b></p> <p>塑料管道行业的竞争比较激烈，华南区域联塑有绝对的优势，联塑和雄塑都是上市公司，一些指标可以对比，寻找差距。华东市场竞争更激烈，中财管道是规模比较大的，在华东也有一定的影响力，还有一些其他区域性企业，因为不是上市公司，数据没有对外披露，没有准确的对比。</p>
<b>附件清单(如有)</b>	无
<b>日期</b>	2021 年 9 月 2 日