证券代码：002641　　证券简称：公元股份

2022 年 3 月 2 日投资者关系活动记录表

编号：2022-016

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：** 东方证券 余斯杰、进门财经 钟昱盛、上海君犀投资 赵俊
时间	2022 年 3 月 1 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、介绍公司经营情况？** 公司于 2022 年 2 月 28 日披露了 2021 年度业绩快报，快报显示公司全年实现营业收入为 88.8 亿元，同比增加 18.44 亿元，增长 26.21%，主要是管道业务板块市场的拓展取得了较好的成绩，收入同比增加 16.76 亿，特别是国际市场，管道销售业务出口增长约 65%，太阳能销售业务增长约 51%。但是，公司的营业利润、利润总额、归属于上市公司股东的净利润同比却分别下降了 24.96%、24.97%、22.84%，主要原因有三方面：一是 PVC\PE\PPR 树脂等主要材料价格同比上升了约 30%，虽然公司及时调整了销售价格，但仍然无法全部弥补材料涨价带来的影响，导致综合毛利率同比下降了约 6.8 个百分点；二是股权激励费、员工薪资与社保等管理费用的增加；三是恒大应收款减值由按账龄组合计提改为单项计提增加信用

	减值损失。 公司于 2022 年 2 月 10 日正式开工，目前生产经营情况正常。公司把 2022 年定为提效年，公司将继续坚持“开源、节流、防风险、抓落实”的十字方针，主要通过以下四方面提效：一是在生产制造方面精益管理，精细制造达到提效；二是在技术方面通过改善工艺、优化配方达到提效；三是通过提升人效和机效达到增效；四是优化销售产品组合方面提升盈利高的产品占比。 **二、公司 1-2 月份的销售情况？** 公司 1-2 月份销售比较正常，保持稳步增长。 **三、1-2 月份销售主要是哪方面增长较多？** 公司 1-2 月份渠道和出口这两块业务增长的比较不错。 **四、2022 年销售目标？** 公司按前期的规划销售每年要有 15%-20%的增长，2022 年的目标也应该在前期制定的规划范围内，公司会在年度报告中详细体现。 **五、2022 年产能规划？** 截止 2021 年末公司总产能已达到 100 万吨以上，2022 年新建的江苏淮安生产基地会有新的产能出来，另外湖南岳阳生产基地继续有产能释放。其他各子公司都有稳步增长的目标，产能释放的情况最终还是要看销售拓展情况。目前整个产能规划能够支持公司未来 2-3 年 15%-20%的增长目标。目前除了上海和深圳两个生产基地，其他生产基地都还有产能提升的空间，公司会根据销售情况来提升各基地的产能。 **六、海外基地情况？** 公司在迪拜有三万吨的产能规划项目，迪拜生产基地受疫情影响工程建设一直在延期，目前是在项目招投标阶段，如果顺利今年下半年应该会有部分产能出来。 **七、目前原料价格有下降，公司产品出厂价有没有调整？**

	公司每年都会在一季度的时候对部分产品做促销活动，促销活动结束后，公司会根据市场情况决定是否对价格进行调整。 **八、目前原料库存水平？** PVC 原料价格从去年十月中旬开始至目前下降较多，目前公司通过现货和期货逐渐在增加原料库存。 **九、公司进入卫浴板块的原因？** 公司卫浴是 2021 年 12 月 30 日晚通过线上进行了“永高卫浴”营销发布会，在准备进入卫浴板块前期公司也做了很长时间的准备，专门成立了卫浴事业部，主要目的是想丰富全屋家装产品的类别，和家装产品产生协同效应，对家装这块会有正向的促进作用，卫浴产品刚刚发布不久，后期还需看整体的销售情况。 **十、卫浴的销售是走经销渠道还是直供？** 公司是想利用原有的销售渠道网络把卫浴产品融入进来，但同时不排除在和地产商直接合作的情况下，直接采购公司卫浴产品满足地产精装房的需求，当然更多的是考虑通过渠道经销网络销售。 **十一、除了卫浴，公司家装会有其他产品吗？** 公司也有防水和净水系列产品。 **十二、公司除恒大外其他地产业务情况？** 公司自恒大事件出来之后，公司对地产直供业务更加谨慎，地产业务主要针对规模大、国有背景的，资产状况比较好的公司做直接配送，地产的客户比较集中，目前万科、保利、招商、中海、旭辉等几大地产直供约占 80%以上，其他地产业务规模较小。 **十三、其他地产的应收账款风险情况？** 其他地产应收风险可控，回款比较良性。其他地产商的结算目前是以现金、保理和信用证结算为主。

	十四、公司对太阳能业务规划？ 公司太阳能产品主要以出口为主，主要有太阳能组件和太阳能灯具等，2022 年太阳能业务也在规划国内市场的开发。 **十五、公司对华东地区渠道的规划？** 华东地区的经销网络相对成熟，一级经销商的布局比较完善，后期主要是下沉经销网络，下沉到乡镇及农村，未来在长三角地区打造 100 万吨以上的产能。 **十六、经销商的家数？** 公司主要对一级经销商进行管控，二级和三级经销商主要由一级经销商管控，2021 年度一级经销商家数比去年有所增加，具体数据会在年报中披露。 **十七、一级经销商是独家代理的吗？** 公司原则上要求一级经销商的管道业务应独家经营，对二级三级经销商没有严格限制。 **十八、公司还会考虑在其他区域新建生产基地吗？** 公司新建生产基地一般会根据公司战略发展需要，一方面是通过销售及渠道的反馈，另外一方面是董事长和总经理每年都会走访调研市场，依据公司内部发展情况和市场需求综合考虑是否在该地区新建或并购生产基地。
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 3 月 2 日