

证券代码：002641

证券简称：公元股份

2022年4月12日投资者关系活动记录表

编号：2022-017

投资者关系活动类别	<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> </u> 电话会议 <u> </u>
参与单位名称及人员姓名	机构投资者： 进门财经 肖辉、东吴证券 任婕、中泰证券 孙颖 刘铭政、上海白溪私募 赵培、中国国际金融股份 龚晴、杨茂达、刘嘉忱、天风证券 王雯 吴红艳 任嘉禹、上海重阳投资 王明聪、上海尚近投资 赵俊、光大证券 陈奇凡
时间	2022年4月12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	<p>一、公司 2021 年度经营情况</p> <p>2021 年，公司克服原料暴涨、疫情反复、限电管制、地产调控等诸多不利因素影响，继续坚持“开源、节流、防风险、抓落实”的指导方针，以“抢抓发展机遇实现新跃升、生产技术突破获得新优势、管理能力升级创造新价值、招人留人育人形成新机制、共创共享幸福集聚新力量”为总体工作思路，积极推进各项工作，保持稳健的发展态势。</p> <p>2021 年度，公司实现营业收入 88.81 亿元，同比 70.36 亿元增加 18.45 亿元，增长 26.22%，其中，管道业务完成 77.57 亿元，同比增长 24.26%，其他业务收入 4.71 亿元，同比增长 41.38%，太阳能业务完成 5.94 亿元，同比增长 42.16%，电器开关业务完成 0.59 亿元，同比增长 38.55%。报告期内，实现利润总额 6.41 亿元、归属于上市公司股东的</p>

净利润 5.77 亿元，同比分别下降 27.28%、24.97%。盈利下降的主要原因有三方面：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。

二、2022 年经营目标计划

2022 年公司将继续坚持“开源、节流、防风险、抓落实”的十字工作方针。2022 年经营目标是：主营业务收入预算 96.52 亿元，同比上年增加 12.42 亿元，增长 14.77%，期间三项费用预算增长幅度不超过主营业务收入增长幅度，控制在 12% 以内；净利润预算考虑不确定因素影响，同比上年增长幅度不低于 15%。

为确保经营目标完成，公司将 2022 年定为“提效年”，拟采取的主要措施有：1、营销提效：着力改变各营销中心区域发展不平衡，调整产品销售结构，提高附加值高的产品的销售比例。2、生产提效：通过定额管理，数据对标管理，提高生产自动化、数字化、智能化的改进达到提效。3、物资提效方面：大宗原料做好现货储备和期货套机保值成本锁定工作，降低采购成本和物流成本。4、人资提效：开展人才盘点，制定人效管控指标，力争达到增产不增人。

三、公司 2021 年全年 PVC 管道毛利率比 2021 年上半年有所回升的原因？

PVC 管道 2021 年下半年有所改善，公司在下半年对 PVC 产品价格调整措施比上半年更及时一些，另外在去年 10 月中下旬开始 PVC 原料价格下降幅度较大，在第四季度公司销售相对更好一些，所以公司体现在第四季度盈利水平有所改善，有所提升。

四、公司对原料价格的波动有什么措施？

公司 PVC 原料价格到目前为止仍然在高位震荡，公司抓住时机在相对低位时通过现货和期货方式做了一定的储备工作。目前我们更多的是关注下游的需求和疫情的影响，因疫情影响下游需求不高，物流

受限，给各生产企业生产经营都带来较大压力。

五、公司去年各个品类管道价格提升的幅度？

去年主要是 PVC 原料价格涨幅较大，所以相对来说公司对 PVC 产品的出厂价格调整的更多一些，PPR、PE 产品出厂价格相对调整不大，波动小一些。

六、2021 年公司各业务板块的收入占比情况？

公司销售以经销渠道为主，渠道占公司主营业务收入的 60%左右，出口业务（塑料管道业务和太阳能业务）的占比在 15%左右，地产直接配送占比在 12%左右，家装业务占比在 6%左右，市政工程占比在 4%左右，燃气管道占比在 3%左右。

七、今年疫情对公司的影响情况？

今年疫情对公司经营产生影响较大，特别是对下游需求和物流影响较大，具体情况还是看公司一季度的报告。

八、公司 2021 年度对恒大事件的计提情况？

2021 年度公司对恒大的应收账款和应收票据全部按 20%的比例计提坏账准备。

九、公司合作的其他地产商情况？

自恒大事件出来之后，公司对地产直接配送业务更加谨慎，地产业务主要针对规模大、国有背景的，且资产状况比较好的公司做直接配送，地产客户比较集中，目前主要有万科、保利、招商、中海、旭辉等几大地产的直供约占 80%以上，目前基本上公司直接配送的地产业务风险可控，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、若原料价格长期处于高位，公司如何处理成本问题？

2022 年度，公司会综合考虑原料价格 and 市场需求及竞争等因素，及时调整销售策略和产品价格，向下游传导的会更及时、更灵活。

十一、公司产品提价原则？

产品提价一方面看原料价格情况，另一方面会关注市场需求及其他竞争对手的价格调整情况等，去年公司更多的考虑市占率情况，所

以销售增幅较好，但盈利方面压力较大，今年公司会对销售和利润均衡考虑。

十二、公司对渠道布局情况？

华东区域是公司主要经销区域，公司在华东销售占比在 60%左右，未来的发展，华东仍然是我们的主打市场，公司在华东地区一级经销商布局比较完善，深挖华东更多的是渠道下沉，下沉到乡镇农村等。在西南、华中、华北、东北等销售相对薄弱地区，公司一级经销商网络建设还需进一步完善，所以这些地区一级经销商数量还会进一步增加。

十三、公司对未来 2-3 年的经营目标有没有调整？

公司对未来 2-3 年的经营规划没有调整。公司内部近几年通过和外部机构合作，公司内部管理和业务拓展有了比较大的提升，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。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。公司有信心完成未来发展设定的增长目标。

十四、公司如何给经销商赋能？

公司在给销售团队赋能的同时，也会给经销商做定期培训，从思想、方法及如何拓展市场等全方位进行赋能。

十五、去年原料涨价严重及今年疫情影响，中小企业退出是否明显？

塑料管道行业整个大的趋势是行业集中度在提升，最近几年集中度提升的较快，一方面是下游是房地产建筑领域，房地产行业集中

	<p>度也在提升，另一方面市政领域的应用，国内对工程的招投标更加严格，招投标时对产品的品质、品牌会有较高的要求，随着招投标的门槛提高，对于规模企业来说是优势。尤其是去年，原材料涨幅较高，中小企业原材料采购时的议价能力及产成品向下游转嫁的能力也比较弱。综合来看，中小企业的生存空间受挤压更大，会逐渐退出。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022年4月12日