证券代码：002641 证券简称：永高股份

**2019年10月25日投资者关系活动记录表**

编号：2019-007

|  |  |
| --- | --- |
| **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 □一对一沟通  √其他 电话会议 |
| **参与单位名称及人员姓名** | **机构投资者：** 华泰证券 陈亚龙、博时基金 郑炳蔚、合煦智远基金 范鹏程、国金资管 邱友峰、天风证券 詹立、招银行国际基金 截小西、英大证券 刘建忠、霄沛投资 尹霄羽、鲍尔太平 张笑石、兴全基金 陈烨远、中金基金 于智伟 |
| **时间** | 2019年10月25日 |
| **地点** | 电话会议 |
| **上市公司接待人员** | 副总经理兼财务总监 杨永安、董事会秘书 陈志国、证券事务代表 任燕清、投资部副经理 李宏辉 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **一、公司基本情况介绍**  公司是中国塑料加工工业协会副理事长单位、中国塑料加工工业协会塑料管道专委会理事长单位。公司主要从事塑料管道业务，同时还有太阳能和电器业务，其中塑料管道业务约占总业务的95%，太阳能和电器约占5%，太阳能业务和电器开关业务尚处于市场培育阶段。  公司塑料管道业务年生产能力在60万吨以上，目前公司在全国拥有七个生产基地，分别位于上海、天津、重庆、安徽、浙江黄岩、广州和深圳。今年公司在湖南岳阳竞拍得到约180亩土地，拟在湖南新建一个生产基地，进一步完善国内塑料管道生产基地布局。  目前，公司的塑管产销规模在国内可比上市公司中位列第二，是目前国内A股上市公司中规模最大的塑料管道企业。公司产品主要应用领域有：建筑工程、市政工程、农业灌溉、家装、燃气管道、电力电缆护套六大系统，给水、排水、防水、地暖、电力开关和五金水暖六大模块，PVC-U、PP－R、PE、PE-RT、CPVC、PB六大系列，共计5000余种不同规格、品种的管材、管件及阀门产品。  公司是以渠道经销为主，工程直揽（含地产配送）及出口为辅的销售模式，目前渠道经销占比65%，工程承揽（包括房地产配送）约占25%，出口约占10%。目前，公司在全国拥用一级独立经销商2000多家。  **二、公司三季报基本情况？**  公司自上市以来，一直保持稳步发展，销售收入每年都有提升，最近两年销售收入及利润都有很好的增长幅度，今年第三季度销售收入16亿，同比增长14.67%，利润1.29，同比增长63.3%，1-9月份销售收入44亿，同比增长18.5%，利润3.27亿，同比增长101.7%。  **三、公司费用率出现显著的下滑，主要的原因？**  公司坚持“以人为中心，以结果为导向，以目标达成为衡量标准”的原则持续推进目标管理，定期召开目标管理会议。1、从2013年开始导入精益生产，从最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。2、从开源、节流、防风险、抓落实四个方面，将全年的经营指标和工作措施以项目课题和重点工作的方式分级分解、落实，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。3、今年公司开始导入班组建设，通过自上而下的文化重视和自下而上的文化参与，最大限度的调动班组成员积极性、创造性，提高班组成员的生产工作技能与综合素质。通过精益生产、目标管理、班组建设管理模式的导入，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。  **四、公司其他应收款有哪些构成？**  公司其他应收款主要由：1、参于工程招投标的保证金，2、公司预付的土方款，主要由这两部分据组成。  **五、公司参于工程招投标的保证金一般什么时候退回？**  公司参于工程招投标的保证金分两部分，一部分是公司未中标就会及时退回给公司，另一部分是中标了，中标了的保证金可能会转为工程的保证金，一般会等项目结束后退还。  **六、公司地产直供除了大地产商外，一般都由公司配合经销商提供是为什么？**  我们公司目前和地产商的合作主要有两种模式，一是公司直供，给地产商在全国的项目由公司直接配送；二是由经销商去配送，由经销商或公司配合经销商配送服务。公司自己直接配送能获得更高的毛利率，但是会承担一部分应收账款的风险，由经销商去配送，让一部分利润给经销商，这样经销商分担了相应的应收账款的风险，这是公司直接配送和第三方配送的差别。  **七、公司在二季度和三季度毛利提升的原因？**  前几年公司在战略上做了一个调整，把市场份额扩张放在第一位，经过前几年的不断的积累，今年和去年的销售收入增长比例明显，所以毛利增加，收入增长带来毛利增长，主要原因是市场扩张。  **八、公司业务增长主要是哪一块？**  公司业务增长主要来自渠道和地产业务。  **九、公司对行业竞争怎么看？**  目前国内较大规模的塑料管道生产企业3000家以上，其中，年生产能力1万吨以上的企业约为300家，有20家以上企业的年生产能力已超过10万吨。随着人们消费理念转变升级，环保和卫生安全意识不断加强，一些规模小、质量次、环保不达标的企业将逐步被淘汰。规模大、品牌优、技术强、质量好的企业发展步伐加快，在产能、产量及综合竞争力上均有所提升。规模以上企业在完成全国生产基地布局后，竞争方式将从区域竞争转向全国化的竞争，行业集中度将继续提升，具有品牌、规模、渠道、研发与技术优势的企业在竞争中将处于优势地位。  **十、公司产品运输半径大约多少？运费占比大约多少？**  塑料管道受运输半径限制，一般情况下小管道的运输半径在1000公里左右，大管道在500公里左右。公司管道产品主要是通过汽车运输，运输费用一般占销售收入的2%-3%。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2019年10月25日 |