证券代码：002641 证券简称：永高股份

**2020年6月16日投资者关系活动记录表**

编号：2020-022

|  |  |
| --- | --- |
| **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：**  中信证券 孙明新、大家资产 张浩、沣京资本 李正强、观富资产 谢吉、广州金控 陈敏良、泓铭同道 王灿、建信基金 吕怡、久铭投资 刘恋、清和泉 刘厚胜、拾贝投资 练强、苏州正源信毅资产 任敏莉、同犇投资 余思颖、悟空投资 圣亚军、新华养老 姚鑫、银河证券 岳鹏、中泰证券 郑锦旺、中信建投 周户、中信另类 王亚男、中信资管 于聪 郭羽 张妮、富达基金 Lynda、盘京投资 刘荣 |
| **时间** | 2020年6月16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、公司目前经营情况？**  受新冠病毒疫情的影响，一季度因公司下游企业开工率也不高，所以一季度公司出现销售收入3个多亿的下滑，但四月份以来，公司生产和销售已完全恢复，力争上半年销售达到与去年同期水平，下半年完成全年定下的目标。期间费用增长幅度不超过营业收入的增长幅度；净利润增长幅度不低于营业收入的增长幅度。这个目标不变。  **二、公司原材料价格低位的时候产品有没有调过价？**  公司在每年春季后都会做一次促销，今年由于原材料价格比较低，因此促销价格力度稍大一些，所以总体的平均销售价格同比有所降低。  **三、目前原料价格上涨了价格有没有调过？**  原材料价格下降并不必然会导致销售价格同步下降，公司会根据市场情况以及其他竞争对手情况决定是否调整终端产品价格，原材料价格波动传导到产品价格上会有一定的滞后性。  **四、公司地产业务的比例**  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，2019年公司渠道经销占比约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。2020年公司计划在与原有地产商如万科、恒大、中海等深度合作的基础上，公司在控制好应收账款的同时，也考虑扩大与其他地产商的合作力度，目前已经有几家在洽谈合作。  **五、最近梅雨天气对公司销售有没有影响？**  浙江这边每年这个时候都是梅雨季节，和去年同期相比没有什么影响。  **六、公司工程直揽业务账期有没有延长？**  账期我们都是按照合同来，根据不同的合同，有些账期比较长，有些账期会短一些，目前没有太大变化。  **七、公司对于原材料，是如何规划的？**  一般情况下，为降低原材料上涨对公司的影响，公司在原料价格相对低位的时候会相应的多储存一些，另一方面通过商品期货的套期保值和大宗原料集中采购等尽量降低原料成本。  **八、公司用的原料是采用电石法还是乙烯法？**  公司PVC原料以前用的乙烯法的多，随着工艺的改进，配方的改进，电石法能满足我们生产工艺上的需求，价格相对也便宜些，所以这几年我们基本上都是用电石法的PVC原材料。  **九、精装房对于管材行业影响大么？**  精装房对于管道行业总量没什么影响，但是对于销售模式B端企业和C端企业会有影响。  **十、公司家装业务的销售比例？**  目前公司总部家装销售业务有2亿多的规模。  **十二、公司在家装业务上还会发力吗？**  公司专门针对家装业务设有家装事业部，未来公司一直会把家装业务做为重点去拓展。  **十三、公司有多少家经销商？未来有怎样的规划？**  公司一级经销商目前有2200多家。经销渠道在华东比较完善，在华东地区一级不会再明显增加，更多的是渠道下沉，下沉到乡镇及农村等。在西南地区，华中，华北，东北等销售相对薄弱地区，公司一级经销商数量还会进一步增加。  **十四、公司对产能如何规划？**  公司除了可转债项目黄岩5万吨和湖南岳阳8万吨产能外，一方面可以通过提高自动化水平、增加设备等方式提高产能，另一方面，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，公司对于提高产能有一定的计划，根据销售情况每年大概有八到十万吨的提升目标，逐步安排产能的释放。  **十五、公司利润率在哪些方面有提升的空间？**  一方面公司销售规模扩大，单位成本下降，另一方面公司通过成本管控，费用管控，降低费用率。2019年公司的业绩有一个明显的提升，销售端的增长带动单位成本的降低，费用的控制带动费用率的降低，公司毛利率和净利率和同行业其公司相比，仍然还有提升空间。  **十六、永高和公元两个品牌会合并么？**  公司产品主打品牌是公元品牌，永高的销售量比较少的，华南两个生产基地以永高品牌销售为主，其他生产基地都是以公元品牌为主。永高寓意是公司对产品质量的追求，公元寓意是通过时间的沉淀，把公司打造成百年企业。目前还没有两个品牌合并的想法。  **十七、公司会不会接受开发商入股方式合作？**  目前暂没有这方面的计划。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年6月16日 |