证券代码：300599 证券简称：雄塑科技 编号：2020-003

**广东雄塑科技集团股份有限公司**

**投资者关系活动记录表**

|  |  |
| --- | --- |
| **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** | 建信基金 (吴尚伟、牛兴华、彭紫云)、银华基金（王建、倪明、贾鹏）、信诚基金（孙鹏）、安信基金（郑婉琳）、万家基金（李黎亚）、诺安基金（李迪）、长城基金（周诗博）、睿信投资（周平）、玖歌投资（程东）、途灵资产（赵梓峰）、富国基金（徐颖真）国投瑞银（代振华）、汇添富基金（李华伟）、人保资产（金川） |
| **时间** | 2020年6月18日 |
| **地点** | 电话交流 |
| **上市公司接待人员姓名** | 公司总经理彭晓伟、董事会秘书杨燕芳 |
| **投资者关系**  **活动主要内容介绍** | **一、基本情况介绍**  各位投资者大家好！很高兴今天有机会和大家沟通公司的情况，下面我和大家简单介绍一下公司近期披露的非公开发行A股股票预案的相关情况以及公司未来的发展战略。  （一）根据公司披露的《公司2020年非公开发行股票预案》内容显示，本次非公开发行股票方案的基本情况：拟募集资金5亿左右，用于云南年产7万吨PVC/PPR/PE高性能高分子环保复合材料项目、新型管道材料及应用技术研发项目以及补充流动资金等。其中云南生产基地建设3亿左右，研发1亿左右，补充流动资金1亿左右。  （二）公司未来战略规划重点将放在产能发展、渠道拓展和产品开发三个方面。产能发展上，截至2019年末公司产能36万吨，目前塑料管道行业集中度持续提升，为满足集中化趋势，满足全国客户的采购需求，全国性的产能布局是必然趋势；渠道拓展上，目前公司业务主要以经销为主，未来公司会增加直销业务的占比，保障公司业绩的稳步发展；产品开发上，公司未来将在材料改性、产品结构方面持续改良，有效的提高产品的性能，降低产品的成本。  目前雄塑科技处于战略机遇期。疫情冲击中，危中有机。公司此次非公开发行A股股票方案是顺势把握机遇，为公司未来几年的发展蓄力。  二、互动环节  **问1：公司未来要加大直销占比，做大以生产基地为辐射半径内基建市政管网工程，配合定增新规，引进大的市政战投会不会对公司发展更有利？**  **答：**公司注重提升业绩，回报投资者；会优先把业务做好，在业务做好前提下如果有合适的投资机遇，公司也很欢迎。  **问2：公司市政业务竞争力是什么？**  **答：**市政工程业务是雄塑近期战略发展重点。首先，在公司原有业务结构中，一线类市政大管道的业务收入占比仅百分之十几，公司资源优势尚未得到充分挖掘和运用。其次，近两年公司在基建类市政管道做了很好的技术和连接的铺垫。技术铺垫方面，公司在管道结构方面进行大范围技术改良，使之在同性能指标的同类产品中，材料成本有显著下降，产品性价比优势开始体现，目前在项目投标方面已得到验证。另外，在管道连接技术方面有较大的突破，通过连接技术的改进，安装效率得到大幅提升，可比原先施工安装进度加快1/3以上，为施工企业大幅提高效率、降低人力成本。  总体来说，通过技术改良，公司产品具备很高的性价比优势。随着公司全国的布点增多，考虑到市政管道的销售半径，在公司运输范围覆盖之内，公司的性价比优势就成为了核心优势。  **问3：地产和市政这块的账期大概什么情况，账期有没有拉长的变化趋势？**  **答：**公司是以经销模式为主，经销商结算方式为月结，相对经销而言，地产业务和市政类业务的直销模式，月结账期会更长，地产业务帐期基本上是两到三个月，现有业务中没有账期特别长的情况。目前我们公司的资产负债率较低，保持在20%左右，本次非公发行预案计划募集资金1个亿补充流动资金，这些流动资金核心是支持我们的直销业务，在整体风险可控，运转正常的情况下，适度把应收账款的周转率稍微降低一点，运用现在的资产结构的优势有利于直销业务提升。  **问4：下游客户中地产和市政占比大概多少？未来公司有意拓展市政管道业务目标占比是多少？**  **答：**目前公司业务大部分集中在民用和市政工程领域，其中地产类业务占比约80%，市政工程占比约20%，计划未来2—3年将基建类市政业务 占比提升到40%的业务权重。  **问5：公司近几年增长计划是什么？**  **答：**公司现在包括在建工程共有6个生产基地。截至2019年末公司产能36万吨，现在加上在建和拟建的15万吨，所有项目建设完成后，产能基本上达到50万吨。未来两年是公司发展的重要转折点，在产能储备充分的情况下重点通过大量采购、直销业务齐头并进，把产能充分释放，保障公司的稳步增长。  **问6： 5月份公司部分产品降价是什么原因？是借助降价做大市场吗？**  **答：**出于行业特点，行业头部企业在价格方面会因为原材料价格的大幅波动随行就市进行调整。此外，在价格随原材料进行调整的基础上，局部区域、部分产品会做促销，核心目的是做大市场，提高市场份额。  **问7：是否可以把目前的低价策略看作未来行业发展的常态化现象？**  **答：**塑料管道行业的定价策略是基于成本价制定的理性的价格策略。今年受疫情影响，业内企业想在各个区域扩大市占率，个别区域、个别产品的确会有相对更低的售价措施，属于正常现象，业内具有一定规模的企业产品价格基本都保证在合理的定价区间，以谋求持续健康的发展。恶性竞争对于头部企业来说是不健康、不理性的。目前的部分低价只是短期现象，不是长期趋势，长期来说，塑料管道价格会恢复到理性水平。 |
| **附件清单**  **（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年6月18日 |