

## 天津友发钢管集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（电话交流会）
参与单位名称及人员姓名	平安养老 金浩枫；新华基金 朱韦康；创金合信基金 黄浩东；睿郡资产 刘国星；天弘基金 姜逸；泰康资产 闵锐；华福证券 林浩睿。
时间	2024年8月28日下午15:00-16:00
地点	腾讯会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 郭锐先生、证券事务代表 张羽女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司董秘就公司发展历程、竞争优势及2024年1-6月经营情况进行了介绍。</p> <p><b>投资者提出的主要问题及公司回复情况如下：</b></p> <p><b>1、请简要介绍公司上半年经营发展情况？</b></p> <p>答：上周公司披露了2024年半年报，上半年公司销售各类钢管628.50万吨，实现营业收入264.24亿元，归属于上市公司股东的净利润1.10亿元，与去年同期相比均有一定幅度的下降。国内焊接钢管行业面临着产量与需求下降的市场环境，在这种情况下公司加强集团管控力度，结合市场行情及时调整经营策略，最大限度地保障正常生产经营秩序。同时，坚定不移地落实十年发展战略，扎实推进全国布局计划，加快新落地项目投产达产，继续拓展新领域、新片区、新品类，与云南最大的钢管生产企业合资成立控股子公司“云南友发方圆”，大幅提升西南区域钢管市场占有率。积极开展面向终端用户的营销能力建设，在市场整体需求释放不及预期的情况下，进一步扩大了直销业务比例，促进品牌影响力和企业竞争力稳步提升。企业盈利能力在第二季度得到恢复，充分体现了行业领军企业较高的抗风险能力和发展后劲，为公司未来发展打下了坚实基础。</p> <p><b>2、公司现有各基地产能的投产运营情况怎么样？</b></p> <p>答：目前，公司位于8个生产基地的13个钢管制造企业均处于正常生产状态，结合当前的市场供需环境，主要策略是根据市场需求和销售端的情况来组织生产，随时可以满足市场对各种高品质钢管的需求。</p>

在稳定生产的同时，公司积极运用新技术、新设备，对一些现有产线进行更新改造和优化升级，以更高的标准保障产品质量和提升安全环保水平。面对激烈的市场竞争，公司继续按照全国布局计划，主动探索拓展开发新领域、新片区、新品类、新模式，通过成立控股子公司“云南友发方圆”，大幅提升西南区域钢管市场占有率；年初开工建设的安徽友发管道科技有限公司顺利实现投产，已向客户发货首批钢丝网骨架聚乙烯复合管；此外还设立了江苏友发智能管道有限公司、唐山友发金丰金属有限公司、唐山友发新能源有限公司、成都友发新能源科技有限公司等项目公司，专业负责有关新产品、新业务的开发与应用推广，目前均在顺利推进中。

### **3、想了解一下第三季度的单吨盈利预期是怎样的？**

答：当前国内钢铁市场处于低谷期，供需关系的变化与未来预期，影响着钢材价格从年初至今持续走低。作为钢铁产业链中的金属制品行业，我们从钢厂采购带钢、卷板等原材料，通过生产加工形成焊接钢管产品对客户进行销售，遵循“材料成本+加工费用+合理利润”的定价原则，原材料的价格波动也对焊接钢管产品的销售定价与盈利空间产生影响。目前公司通过各项降本增效和市场开发的举措，基本能够继续保持相对稳定的盈利能力，但也面临着市场需求变化与行业竞争等方面的压力。具体盈利数据可以查阅将于 10 月份披露的三季报。

### **4、公司如何预估今年钢管产品的产销规模？**

答：2023 年公司的各类钢管工序产量约为 2,028 万吨，对外净销售约为 1,360 万吨，已连续 18 年产销量位于全国第一，是焊接钢管和钢塑复合管两类产品的国家级制造业单项冠军示范企业。根据今年的行业发展趋势和上半年全行业产销量变化情况，公司继续强化内部管理，积极把握市场机会，努力争取提高核心产品的市场占有率和品牌影响力，在保持应有的产销规模基础上，加大研发创新力度，积极拓展开发有关新产品、新业务，进一步巩固行业龙头企业地位。

### **5、能否介绍上半年各区域的销售情况以及不同区域的利润是否有较大差异？**

答：国内焊接钢管行业竞争比较充分，在产品类型差别不大的情况下，公司现有产能布局的各区域经营销售情况和利润水平基本差不多，均能按照公司确定的经营策略分别抢抓市场机会，积极保障以产品销售为导向的“产供销财人”各要素高效协同，总体上没有特别明显的差异。但是不同区域的经济社会发展水平、自然地理条件、行业竞争格局以及原料来源、原料价格，也会对主要的产品品类、销售价格、营销政策等方面带来不同影响，进而各区域呈现出各具特色的经营能力和竞

争优势。

**6、能否简要说明一下公司产品市场占有率情况？**

答：公司的焊接钢管产销规模已连续 18 年保持全国领先，按照行业协会提供的数据，公司焊接钢管在国内市场占有率超过 20%，其中核心产品镀锌圆管的国内市场占有率约为 35%，在一些优势地区的市场占有率能够稳定在 50%以上。公司将按照新的十年发展战略，扎实推进全国布局计划，持续加强品牌建设，继续巩固和提升市场占有率。

**7、公司主要是采用经销模式，给经销商的利润空间大概是多少？**

答：公司遵循“材料成本+加工费用+合理利润”的定价原则向客户销售产品，并不设定经销商对外销售产品的价格。经销商在从公司采购产品后，根据其自己对市场竞争环境、价格趋势、供需关系、成本利润水平以及对下游用户提供的服务与价值等因素的综合判断，采取最佳的销售模式和定价策略。

**8、公司作为国内焊接钢管行业的领军企业，如何考虑未来的海外布局？**

答：公司在经历了多年创业发展，具有了目前的产销规模和市场地位，为了进一步促进企业提升竞争力和实现高质量、可持续发展，我们与国内的许多其他制造业企业一样，积极响应“走出去”和“一带一路”等国家战略，有意向对海外市场进行产能布局，例如东南亚、中东等国家或地区。但目前仍处于前期的市场调研阶段，还有很大的不确定性。

**9、公司如何判断钢铁价格走势，以及对公司经营的影响？**

答：从年初到现在，国内钢铁价格呈现震荡下行的走势，主流观点认为钢铁进入下行周期。受供需关系变化和未来预期等影响，目前的钢材价格水平处于低位，部分钢企及下游行业出现亏损，有行业分析认为后续价格走势还要看宏观经济政策、市场需求的释放和各大钢厂选择的策略等因素。公司作为钢铁下游的金属制品行业中焊接钢管产销企业，遵循“材料成本+加工费用+合理利润”的产品定价原则，面对当前的市场环境，将充分判断市场机会谨慎操作，做好精细化管理和创新研发，积极争取降本增效提质，努力克服由于需求预期等带来的不利影响，继续保持合理利润和稳健经营。

**10、公司作为钢材加工企业，与同行企业相比具有什么样的优势？**

答：公司的优势主要体现在品牌形象、产销规模、产品质量、技术与装备、创新研发、营销渠道、全国布局、合作机制、融资能力、规范经营等方面，具体内容可以参见公司半年报的“报告期内核心竞争力分析”等相关内容。

	<p><b>11、公司研发费用增加的原因是什么？</b></p> <p>答：面对行业发展和市场竞争，公司不断加强创新研发和转型升级的投入力度，2024年上半年研发费用为4,708.75万元，比去年同期增长约22.88%。公司虽然处于相对传统的加工制造行业，但持续进行产品创新和技术升级是实现高质量发展、可持续发展的必经之路，未来公司还将继续加大研发投入，提高产品质量水平，丰富应用场景，为客户提供更多的产品综合解决方案，进一步增强公司的科技属性和创新研发能力。</p> <p><b>12、公司半年报中现金增加的原因是什么？</b></p> <p>答：在今年上半年有关利率条件、市场条件具备的情况下，公司加大了使用银行承兑汇票购买商品的额度，导致银行保证金额度增加，这是公司半年报中货币资金、应付票据、经营活动产生的现金流量净额等科目产生变动的主要原因。</p> <p><b>13、公司的前八大股东是一致行动人原因是什么？公司还有多少限售股？</b></p> <p>答：为保证公司的持续高效运营和长期稳定发展，并强化对公司的控制关系，对公司持股较多的几位自然人股东于2018年签署了一致行动人协议，详细情况可以参见公司于2020年IPO时披露的招股说明书有关内容。</p> <p>截至2024年6月30日，公司有限售条件股份数量合计为20万股，均为公司于2021年实施限制性股票激励计划中尚未解锁的股份，其中的小部分将因未达考核业绩由公司回购注销，其余部分将于2024年11月份解除限售。</p> <p><b>14、公司管理层持有的转债情况如何？</b></p> <p>答：根据公司半年报披露信息，目前公司管理层中有3人持有公司发行的可转债，持债票面金额合计约为4.03亿元，持有比例合计为20.16%，详细情况请参见公司半年报中“第九节债券相关情况”等相关内容。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
附件清单（如有）	无
日期	2024年8月29日