证券代码：002641 证券简称：永高股份

**2020年9月14日投资者关系活动记录表**

编号：2020-034

|  |  |
| --- | --- |
| **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：**  东南资产管理 章耀文 |
| **时间** | 2020年9月14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、公司内部管理具体情况**  公司最近几年保持较好的增长速度，最主要的还是公司内部因素起到了决定性的作用。公司从上市到现在近十年的时间了，在生产基地的布局来说，天津永高、重庆永高、安徽永高都是上市后新建或并购来的，公司内部整合和品牌影响力在其他区域增强是需要一个时间沉淀的过程。从管理方面来讲，公司销售现在由总经理亲自抓，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，毛利率有所提升。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。  **二、公司最明显的改善是从什么时候开始的**  最近几年行业的变化不太明显，行业最近两年的增速都不高，在2-3%左右，行业竞争情况也在加剧。公司更多的是内部方面做了调整，最明显的转折点在2018年，销售由总经理亲自管理，无论从内部协调的力度还是在销售队伍建设方面都有一个很大的改变，从2018年下半年开始销售改善比较明显，尤其是2019年改善的更加显著，这种业绩的改善和提高应该具有持续性。  **三、各子公司盈利水平相差较大的原因**  前几年。公司大多数的子公司的盈利能力都不太好，特别是天津永高和重庆永高，这两个子公司从成立后一直亏损，最近两年改善的比较多。上市之后，公司从华东区域型的管道公司向全国性业务的拓展，实际上是一个积累和沉淀的一个过程。目前公司品牌在除了在华东区域，像在华北、西南区等区域品牌影响力的提升还是比较快的，带动业务端的增长，也是比较快的。  **四、公司业务逐渐向全国化拓展，后续还有什么计划**  塑料管道有运输半径的限制，因此规模企业都会考虑在全国布局建设生产基地。公司目前在国内有八大生产基地，在其他没有生产基地或经销网络不完善的地区，公司先后设立了几个仓储物流配送中心，这样不仅能够有效拓展当地市场，也能节省公司产品的配送成本，增强公司在当地市场的竞争力。今后将根据市场拓展情况，适时考虑在该地区是否新建或并购新的生产基地。  **五、公司觉得坚守市场容易还是攻其他市场容易**  行业无论是攻和守，大环境来说，行业竞争在加剧，最主要是看企业的综合实力是否在增强，业务拓展能力是否在提升，市场份额是否在增长。就公司而言，我们除了保证华东优势区域的市场份额有一定的稳步提升，最近两年我们的外围市场提升比较大，如安徽永高、重庆永高、天津永高等销售增长幅度较大，说明我们的品牌影响力在华东以外市场也在逐渐增大，这是显而易见的。  **六、其他品牌在华东区域也设立工厂，对公司有没有影响**  各大塑料管道企业都在全国性生产基地布局，相互渗透相互影响在所难免，公司在华东市场的市场份额较大，品牌影响力较强，公司会保持华东市场稳定增长的同时，逐渐提升其他区域的市场份额，公司在其他区域拓展业务，也会找一些差异化产品做为切入点。  **七、现在行业竞争有没有到白热化程度**  塑料管道行业最近几年竞争越来越激烈，行业集中度在提升，但从目前的情况看，这个行业还有上千家管道企业，集中度还是有很大的提升空间，在大企业竞争过程中，首先是一些中小企业被逐步淘汰出局，这种状况还会延续。  **八、产能提升会不会导致产品价格走低，公司如何定价**  公司一般都是采用成本加成的定价方法，更多的时候是在成本加成的基础之上，依据原料价的波动情况，同时会参考市场因素，决定是否进行价格调整。  **九、公司对收入、利润规模有没有目标**  公司未来几年达到百亿销售目标，盈利方面，公司希望利润端的增长不低于销售端的增长。  **十、公司未来几年完成百亿销售目标，产能是否能够满足**  公司可转债项目黄岩5万吨和湖南岳阳8万吨产能，两个项目2019年就已经开始动工，项目建设期2-3年，湖南岳阳生产基地目前有一个车间设备到场已经开始安装，可能在四季度的时候会有部分产能出来，黄岩的募投项目今年年底之前完工，明年上半年逐渐会有产能出来,项目建成后2-3年达到预期产能。另外重庆永高正在以自有资金投资建设3万吨产能以及2019年公司在迪拜收购的项目，也有3万吨的产能规划。因受疫情影响，目前迪拜项目还在工程招投标的前期准备工作，明年上半年会进行生产。其他要增加产能，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，另一方面安徽、天津等子公司厂区仍然有很大的产能提升空间。未来的规划，到2023年达到百亿的销售，大约对应管道的产能也在一百万吨左右，所以未来几年基本上会有每年十万吨左右的产能提升。  **十一、公司在迪拜和非洲成立子公司的原因**  因为管道运输成本相对较高，因此公司出口塑料产品都以管件阀门为主，公司去年收购了迪拜的PCK 公司准备建立一个海外生产基地，同时设立了肯尼亚销售子公司，这两个点运营的好，公司还会在世界其他地方布局，在一些地方建立销售子公司，在比较成熟的地方直接建设生产基地，这样既解决了管道运输成本问题,又能带动管件出口,协同效应明显。公司会稳健的发展，不会盲目去扩张。  **十二、永高算是家族企业吗**  永高是家族控股企业，公司股权比较集中，但是公司经营主要是职业经理人管理模式。  **十三、公司控股股东及一致行动人非交易过户的原因**  公司控股股东及一致行动人将股份委托给广发证券进行非交易过户，主要是参与新股申购网下打新，以获取网下打新收益，本次非交易过户不会导致公司控股股东及一致行动人持有的公司股份数量发生变化。  **十三、公司股东公告减持的原因**  公司股东公告减持计划是因自身资金需求，截止目前，尚未开始减持。  **十四、公司整合公元太阳能和公元电器的原因**  公司对太阳能公司和电器公司整合都是集团内部的整合，整合太阳能业务初衷是公司发展智能管网系统的需要，主要的思路是在传统的管道的节点上置入传感器和自动调节开关，通过系统随时探测水位、水压、监测水质，随时掌握水的动态，及时调整。同时也能够监测管道状况，及时修理，有效改善管道“跑漏”情况，这方面的研发仍在进行中。公元电器主要从事电器开关、插座、低压小家电、照明器具、接线盒制造、销售，电线电缆销售。整合公元电器是将公元电器纳入家装业务销售平台，既能带动电器的发展，又利于公司更好地开拓家装市场，完善公司产业链，丰富家装产品系列，打造家装市场核心竞争力。  **十五、公司核心产品管道业务将来会不会变更**  不会，公司将来依然是会围绕塑料管道的主业去发展。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年9月14日 |