

证券代码：002641

证券简称：永高股份

## 2021年3月26日投资者关系活动记录表

编号：2021-002

<b>投资者关系活动类别</b>	<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
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	<b>机构投资者：</b> 天风证券 王涛、国信证券 章耀、怡广投资 李悦、杉树资产 蒋乐、兴业证券 李阳
<b>时间</b>	2021年3月26日
<b>地点</b>	公司四楼会议室
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事会秘书陈志国、证券事务代表任燕清
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p>一、今年以来，大建材企业的出货情况较好，公司目前出货情况？</p> <p>大建材行业出货情况较好，一方面是建材下游刚性需求拉动，另一方面，建材行业整体的集中度都在提升，管道行业也一样，刚性需求和集中度提升使规模企业总体保持比较好的增幅。对公司来讲，除了市场因素外，公司销售团队业务拓展的能力也在提升，因此，公司目前出货情况也比较好，内销和外销都延续去年下半年以来的增长态势。</p> <p>二、公司开工率情况？</p> <p>目前公司各生产基地基本保持满负荷生产。</p> <p>三、目前PVC原料价格一直在高位，请问公司产品有没有涨价？</p> <p>公司近期对产品价格进行了调整。</p> <p>四、公司地产客户也有调整过价格吗？</p>

地产客户的价格会根据合同约定的条款来,如原材料上下浮动较大且持续时间较长等因素,也约定了价格调整机制。

#### **五、公司 2020 年业绩增长的原因**

主要原因是规模效应带动盈利能力的提升。公司最近几年销售都保持了较好的增长速度,内外因素都有,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,增强区域性的品牌影响力是需要一个时间沉淀的过程。从管理方面来讲,公司销售由总经理亲自抓,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。

#### **六、公司子公司太阳能主要业务是什么?**

太阳能业务以出口为主,主要业务有太阳能组件和太阳能灯具等。目前太阳能业务发展较好,现有的厂房和设备已不能满足日益增长的发展需求,太阳能在安徽广德设立了一个新的生产基地。

#### **七、公司产能利用率大概是多少?**

公司全年整体产能利用率在 80%左右。

#### **八、公司产品是按订单式生产的吗?**

公司少量定制的产品及外贸销售的产品,是订单式生产,其他国内一般标准化产品会参考订单和库存情况,综合考虑安

排生产，正常情况下成品库存量不超过一个月。

#### **九、公司产能情况？**

截止 2019 年度末公司塑料管道总产能在 60 万吨以上，2020 年由于公司销量增长在现有生产基地新增生产线，及可转债募投项目陆续有部分投产，产能有所增加，公司将会在 2020 年度报告中披露产能情况。

#### **十、公司三大类 PVC、PPR、PE 管道的产品能否调剂生产？**

PVC 与 PPR、PE 不能切换，PPR 和 PE 小管道理论上是可以切换的，但因现在设备自动化水平较高，公司车间机器都是统一供料的，公司内部一般不会对 PPR 和 PE 的产能做切换调整。

#### **十一、公司有多少家经销商？**

截止 2019 年底公司一级经销商有 2200 多家，包括太阳能和管道出口的海外经销商家数。2020 年经销商家数会在 2020 年年报中体现。

#### **十二、公司对经销商有什么支持？**

资金上公司会根据经销商的规模及合作的时间等方面综合考虑，给不同的经销商有一定的信用额度，信用额度用足后都是先付款后发货；在业务上公司会给经销商做定期的培训，对区域型地产业务或市政工程业务，公司鼓励经销商自己去做，业务中需要公司对招投标进行指导的，公司会全力配合经销商，公司一直本着让利经销商，与经销商建立利益共同体，实现双赢，今后，公司仍然会进一步加大对经销商的支持力度。

#### **十三、公司对销售人员有什么样的激励机制？**

公司销售人员与业绩挂钩，不同区域、不同市场会有所不同。

#### **十四、公司会对产品终端做指导价吗？**

公司一般不对 B 端客户终端价格进行管控，对 C 端家装类产品销售价格会有指导价格。

#### **十五、公司产品定价原则？**

公司产品定价的总体原则是成本加成，在成本加成的基础之上日常价格的调整主要是依据原材料的涨跌幅，还有看竞争对手的价格是否调整等综合考虑，另外我们会根据不同的区域、不同的市场会有不同的策略。

#### **十六、公司应收账款情况？**

公司的应收账款主要是地产和市政工程，占整个应收的70%多，渠道业务应收比例比较小，如果公司做促销的时候渠道的应收账款更少，出口公司也会有部分应收账款，但出口业务一般都有出口信用保险，所以出口风险不大，虽然说地产业务应收占比金额较大，但目前为止深度合作的几个大地产商都没有出现过违约情形。

#### **十七、公司原材料有做套保吗？**

公司 PVC 原材料近几年一直有在做套期保值，由于销量增长，今年套期保值的额度也较前几年加大了。

#### **十八、公司 PVC 原料在做套保是否相对其他公司有一定的优势？**

相对来说比未做套期保值的其他公司灵活度会大一些。

#### **十九、公司对生产基地的选择有什么考虑？**

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。公司目前在国内已有八大生产基地，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。

#### **二十、公司产品的运输半径是多少？**

一般情况下小管道的运输半径在 800-1000 公里左右，大管道的运输半径在 300-500 公里左右。

#### **二十一、公司原料料是否统一采购？**

公司大宗原料是公司总部统一协调采购。

## **二十二、行业竞争情况？**

2020 年行业数据还没有公布出来，2019 年整个塑料管道行业大概是 2.1%的增长速度，整个行业增长速度不快，但规模企业优势企业都有不错的增长，那么对于一些规模小、质量次、环保不达标企业将逐步被淘汰，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，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。

## **二十三、公司股权激励针对哪些人？**

公司第一期股权激励主要是针对公司高管、几大中心负责人、子公司总经理及销售副总及业务骨干，人员范围比较小。

## **二十四、公司为什么考虑在江苏设立生产基地？**

华东地区的销量占公司销售收入的 60%左右，公司在江苏设立新的生产基地，能更好的服务华东区域客户，深挖华东市场，进一步拓展市场份额，同时也能减少运输成本，提升公司盈利水平。

## **二十五、产品运输费用是经销商承担还是公司承担？**

产品运输费用是主要由公司承担。

## **二十六、公司建设仓储配送中心情况？**

公司在其他没有生产基地或经销网络不完善的地区，设立了几个仓储物流配送中心，是为了能有效拓展当地市场，降低运输费用。

## **二十七、公司副董事长张炜先生为什么要减持？**

公司副董事长张炜先生减持计划是因自身资金需求，但减持计划期间内会视市场情况、股价变动情况等决定是否实施本

	次减持计划，截止目前未收到大股东关于实际股份减持的相关情况。
附件清单(如有)	无
日期	2021年3月26日