

证券代码：002641

证券简称：永高股份

## 2021 年 11 月 17 日投资者关系活动记录表

编号：2021-011

<b>投资者关系活动类别</b>	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>          电话会议          </u>
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	<b>机构投资者：</b> 兴业证券 黄杨 季贤东 、中信证券 张晓亮、上海保银投资管理 李璇、招商信诺资产管理 邱颖、麦凯伦资本 谢凯春、深圳拉芳投资 周畅、上海宁泉资产 陈逸洲、红土创新基金 陈若劲
<b>时间</b>	2021 年 11 月 17 日
<b>地点</b>	公司证券部
<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>	<b>一、介绍公司基本情况？</b> 公司主要从事塑料管道业务，太阳能业务和电器开关业务尚处于市场培育阶段，营业收入塑料管道业务占比在 90%以上，塑料管道产品主要是 PVC、PE、PPR 等几大系列，共 7000 余种不同规格、品种的管材、管件及阀门，公司管道产品主要应用于市政管网、工业管网、建筑工程、消防保护、电力通讯、全屋家装、农业养殖、燃气管网等八大领域。公司的销售模式主要是以渠道经销为主，房地产配送、直接承揽工程、自营出口为辅的销售模式。公司从 1993 年成立至今，无论从品牌、规模、营销还是技术等方面都是在行业前列，目前公司是中国塑料管道专业委员会理事长单位，也主持和参与多项国家（行

业)标准的制修订,标准起草数量在同行业公司中处于领先水平,为塑料管道行业发展也作出了一些贡献。

2021年公司第三季度营业收入24.21亿,同比增长了24.01%,净利润1.08亿,同比下降了58.85%,2021年前三季度营业收入63.69亿,同比增长了34.01%,净利润3.32亿,同比下降了33.08%。从前三季度经营情况来看,公司销售状态保持了不错的增长,成本由于前三季度原料涨幅较大,原料占成本的80%左右,导致盈利状态不理想,虽然前三季度公司也有将产品出厂价格做了些调整,但原料涨幅太大,未能将原料涨价的幅度完全转嫁至下游。从10月中旬开始到目前,原料价格拐幅较大,且公司在9月末对PVC产品的出厂价格做了调整,第四季度开始公司盈利能力会有所改善。

## **二、PVC原料上涨对成本影响多大?公司库存量有多大?**

公司主要原料占成本的80%左右,原料价格的涨跌对公司盈利水平影响较大,原料价格在上升通道时,因公司转嫁成本的时间相对落后,幅度相对也小,因此,公司盈利能力会受到挤压,同理,原材料价格在下降通道时,公司的盈利水平会相对较好。截止10月中旬前公司PVC原材料价格相对较高,在这之前公司原料储备不大,一般保证能正常生产即可,但在原料相对低位的时候公司会对原料通过现货和期货方式加大储备量,正常情况下原材料会有一个月左右的库存。

## **三、公司恒大应收账款目前情况?**

恒大应收目前没有太大进展,回款情况还是之前公告的金额,公司已经对恒大地产及其成员企业分五个案件提起了诉讼,有些案件已经在审理中,还没有结果,后续有进一步进展我们会及时公告。

## **四、公司费用还有下降空间吗?**

公司费用率较其他同行业公司相对较高,但公司最近几年

也有下降的趋势，一是销售端的增长带动单位成本的降低，二是内部持续推行相应的精细化管理效果显著，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他公司相比不高，费用率仍然有下降的空间。

#### **五、公司 2023 年百亿的销售目标有没有变？**

公司今年销售增长较大，从目前公司的增长和管理层的信心来看，能提前完成公司百亿的销售目标，后期公司会同时注重销量和盈利能力的提升。之前公司侧重市占率较多，后面在销售增长的同时，也会提高公司的盈利能力。

#### **六、面对原料上涨公司有哪些应对措施？**

2021 年前三季度原料价格一直是向上的趋势，公司受原料成本影响较大，公司虽然对产品出厂价格进行了提价，但由于第三季度 PVC 原料成本同比去年涨幅达 60%-70%左右，公司产品结构以 PVC 为主，所以对公司盈利状况影响较大。面对原料上涨公司一方面通过销量增长，另一方面通过期货市场及内部降本增效等尽可能多的消除成本上涨带来的影响。

#### **七、公司对哪些产品做了调价？能完全覆盖原料的涨价吗？**

公司分别在三月份和九月末对公司产品出厂价格做了调整，三月份对 PVC、PPR 的产品出厂价格都有不同程度的调整，九月末主要针对 PVC 产品出厂价格做了调整。从目前原料成本和销售价格来讲，未能将原料涨价的幅度完全转嫁至下游，当然从十月中旬开始 PVC 原料价格下行幅度较大，公司成本压力得到很大的缓解。

#### **八、公司零售业务增长情况？**

公司家装业务其实也是通过经销商去做的，目前在华东区域发展较好，家装业务的增幅要比我们总体综合增幅要高一些，未来公司有可能把各子公司的家装业务统一到总部来，家装可能会发展的更快更好些。

	<p><b>九、各同行业公司间有没有出现价格战？</b></p> <p>不同的公司在不同的区域策略都不一样，当然局部的也会有，从公司长远来看，不会以价格战为策略，总体来讲，公司希望通过产品质量和推广品牌知名度来提升市场占有率。</p> <p><b>十、公司未来对并购方向的考虑？</b></p> <p>公司计划每年销售有 15% 以上的增长，除了公司自己新建生产基地，也会考虑并购。公司并购对象会考虑塑料管道生产企业，重点是与公司在区域互补或产品结构上互补的企业，另外会考虑塑料管道上下游相关产业进行并购，或者是注塑设备或智能自动化设备生产企业，这些都是我们考虑的并购范围。</p> <p><b>十一、公司除了恒大，其他地产客户回款情况？</b></p> <p>目前来讲，公司自恒大事件出来之后，对地产直供业务更加严谨，地产业务主要针对规模大、国有背景的、资产状况比较好的公司做直接配送，目前除了恒大，其他地产业务回款总体比较良性。</p>
<b>附件清单(如有)</b>	无
<b>日期</b>	2021 年 11 月 17 日