

证券代码：002641

证券简称：公元股份

2023年4月6日投资者关系活动记录表

编号：2023-006

| | |
|-------------|--|
| 投资者关系活动类别 | <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>投资者接待日活动</u> |
| 参与单位名称及人员姓名 | 机构投资者： 信达证券沈磊 李嘉瑶、中银证券陈浩武 郝子禹、东北证券陶昕媛、银河证券王婷、国盛建材沈猛、东吴建材任婕、耀之资产管理叶祎梦、西南证券陈中亮、光大建材陈奇凡、西部证券谭鹭、中金公司刘嘉忱、海通建材申浩、民生建材赵铭、兴业证券陈宣屹、中信建材冷威、长江建材李浩、德邦建材杨东谕、广发建材陈伟豪、财通证券朱健、东方证券余斯杰、华泰建材黄颖、中泰建材刘铭政、驼铃私募基金赵若然、承风金萍私募基金余承、玺营资产管理廖江彤、国诚投资相健 胡均师 柴丽 个人投资者： 沈卫军、唐信德、陈小富、聂剑伟、王海荣、周晶晶、赵春林、朱洋、王春林、王剑、陈超、林洋帆、汪维彪、谢加银、陈玲超、施跃良、颜俊杰、徐新君、吴仲德、孙凌敏、林子棕、仇永康、张维、金远星、冯碧芸、朱和钧 |
| 时间 | 2023年4月6日 |
| 地点 | 公司六楼会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事长卢震宇、总经理冀雄、副总经理兼财务负责人杨永安、董事会秘书陈志国、董事长助理张翌晨、公元新能董事长兼总经理陈云清 |
| 投资者关系活动 | 一、介绍公司2022年度经营情况及2023年度经营计划 |

主要内容介绍

2022 年，国际形势风云变幻，地缘政治局势动荡不安，世界经济滞胀风险上升，不稳定不确定因素明显增多。我国经济社会发展遭遇国内外多重超预期因素冲击，风险挑战前所未有，需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力叠加，经济增长面临巨大挑战。2022 年，塑料管道行业在下游需求不旺的大背景下，行业总产量增长率或首次出现负增长，行业竞争进一步加剧，行业发展资源向有规模优势、有品牌优势、有质量保障、有竞争实力的企业进一步集中。

2022 年，面对物流受阻和下游需求不旺等诸多不利因素影响，公司克服接踵而来的一个个困难和挑战，集团上下共克时艰，度过了非常艰难的 2022 年。报告期内，公司继续坚持“开源、节流、防风险、抓落实”的指导方针，秉承“抢市场调结构促营销提效；挖潜力拓空间促制造提效；练内功抓重点促管理提效；强素质重落地促文化提效”的总体工作思路，积极推进各项工作，实现了发展的平稳过渡。

报告期内，公司实现营业收入 79.79 亿元，同比 88.81 亿元减少 9.02 亿元，降低 10.16%，其中，管道业务完成 64.82 亿元，同比降低 16.44%，其他业务（原材料贸易）收入 4.52 亿元，同比降低 4.02%，太阳能业务完成 9.95 亿元，同比增长 67.64%，电器开关业务完成 0.49 亿元，同比降低 16.83%。报告期内，实现利润总额 0.70 亿元、归属于上市公司股东的净利润 0.81 亿元，同比分别下降 89.10%、85.89%。2022 年盈利下降的主要原因有两点：一是物流不畅与下游需求不旺的影响，管道销量 60.66 万吨，同比下降 16.8%；二是公司对恒大应收款大幅计提减值，2022 年减值金额约 3.5 亿元，影响了年终的净利润。

公司将 2023 年定为突破年，公司将继续坚持“开源、节流、防风险、抓落实”的十字工作方针，以“调结构抢市场创营销业绩突破，重过程争突围强品质品牌突破，夯基础深挖潜促成本效益突破，建模型链需求助人才文化突破，提效率防风险抓服务保障突破”为总体工作思路，通过设立突破性目标，采取突破性行动，取得各项工作的突破性进展，全面实现业绩突破。2023 年经营目标是：主营业务收入预算 89.6 亿元【基于原料价格变动不超过 5%】，同比上年增加 14.33 亿

元，增长 19%，期间三项费用预算增长幅度不超过 12%。从目前情况来看，PVC 原料价格一直在低位运行，公司也通过现货和期货储备了一定的库存，成本压力总体应该比去年好些，2023 年既有挑战又有机遇，公司高管团队有信心完成今年目标。

二、公司对过去 2-3 年的反思？

公司在过去 2-3 年面对突发情况的反应速度不够快，特别去年上半年华东地区受疫情影响，没想到会持续这么长时间，年初的时候想着大力拓展市场，所以公司对费用管控比较松，没有抓好重点，导致钱花下去，业绩没起来，结果 2022 年度费用成本有些高，这些是值得反思的地方。

三、展望未来两年，公司经营环境会有怎样变化？

对未来两年公司持谨慎乐观的态度，国家对企业的支持力度很大，包括地方政府对企业的关心，总体来说国内的环境是向好的，国际形势也会逐渐改善。另外公司对行业判断，地产可能会稍反弹，力度肯定不会像前几年，但应该比近两年会好些，当然塑料管道行业也在快速的洗牌中，很多的企业在这个过程中，直接淘汰出局。这也将进一步展现企业自身的能力，企业自身内功扎实在未来几年会是一个很好的机遇。总体来讲，公司对未来两年持谨慎偏乐观的态度。

四、公司 2023 年各业务板块拓展方向？

公司针对地产，恒大问题出来之后，公司直接合作的地产商目主要针对规模大、国有背景，且资产状况比较好的公司做直接配送，目前主要有万科、招商、保利、中海等，对民企公司鼓励经销商去做，这样会相对分散应收账款风险。同时公司也会加大其他领域的拓展，公司有两个方向，一是在渠道上增加品类，在管道产品以外，增加其他品类，像净水、防水、卫浴等等。二是以管道为基础，拓展新领域，以前是地产领域为主，今后会加大在市政、水务、农业、消防、养殖等领域的开拓，包括前段时间取得的船用管道认证。目前公司控股子公司公元新能也在加大力度在拓展新产品，未来这块也会陆续的提高，通过这些来降低或对冲地产的风险。

五、公司未来战略上会加强对 TO C 端的销售吗？

现在和未来几年的发展环境可能和以前会有一个很大的变化，国家也在强调高质量发展，企业也在进一步做好高质量发展，公司在 TO B 端的情况，房地产这块公司有很大的教训，去年公司对恒大应收账款计提了坏账接近 3.5 亿，房地产在去年销售面积达到近几年的低点，今年房地产业务虽然在保交楼的大环境之下，政策层面相对友好，可能有所反弹，但民营企业的回款依然不太乐观，公司依然保持相对收缩的态势，公司针对央企和国企适当的会加大合作力度，目前公司直接合作的房地产业务占公司营业收入的 12%-13%之间。针对市政工程公司还有发力的空间，一是通过自己直接承揽，二是通过经销商去做。另外渠道业务，渠道目前占营业收入 67%-68%，渠道分家装和工装两块业务，家装业务占比在 6.5%左右，今后公司在进一步夯实渠道业务的同时，家装业务还是大有可为的。

六、公司套保业务情况？

去年公司套保主要有两块业务，一是针对原材料 PVC 树脂采取的套期保值业务，另外一个为是外汇套期保值业务，目前公司管道业务和太阳能业务出口业务合计大概在 2.5 亿美金左右，汇率波动对公司利润影响较大，公司会持续加大外汇套期保值业务。至于原材料这块，今年公司针对 PE 材料也在尝试也开始做套期保值业务，对于 PVC 原料套保业务，公司会视原材料价格波动情况及公司需求情况确定套期保值业务规模。

七、公司目前设备成新率？

公司设备资产占比较大，公司设备成新率大概是 60%左右。

八、公司设备采用的折旧法？

公司设备是采用年限平均法。

九、公司 2023 年度经营目标拆分情况？

公司对 2023 年度经营目标是：主营业务收入预算 89.6 亿元【基于原料价格变动不超过 5%】，同比上年增加 14.33 亿元，增长 19%。公司目前有九大生产基地，华东以外地区的品牌宣传前期通过了一段较

长时间的积累和沉淀，具备了一定增长条件。公司的营销目标是公元管道在某些细分领域要引领行业，公司成立了营销专项组，分为几个大项目管理中心，包括农业、消防、燃气等。公司销售模式是以渠道经销为主、房地产配送、直接承揽工程直揽、自营出口为辅的销售模式，公司目前在国内外拥有一级经销商 2600 多家（国内约 2000 家），能覆盖到国内大部分地区，渠道又分为工装和家装两大块，家装业务起步晚，针对家装业务，公司专门成立了家装事业部来拓展家装业务，家装业务一方面是利用原有的经销渠道，嫁接优管家服务，另一方面通过和家装公司合作，包括与一些全国性或区域性的家装公司在合作，再加上营商环境的变化，以上都是支撑公司 2023 年年度经营目标增长的具体情况。当然也有部分原因是 2022 年度的基数相对较低，2022 年度疫情影响主要在华东，而公司有将近 60%的销售是在华东地区，所以对公司 2022 年度影响较大。

十、公司对太阳能组件、灯具后续规划和展望？

公元新能业务目前主要是光伏组件和灯具，公司产品主要以出口为主，光伏组件主要出口欧洲和南美，灯具主要出口北美，目前组件也开始往内销市场延伸了，去年我们组建了内销团队。灯具今年形势和去年差不多持平，往后看，包括通货膨胀，包括俄乌战争，灯具不是必需品，所以线上购买率会有下降，因此产业增长空间有限，灯具之后往储能板块去提升，储能和灯具、组件板块存在共性，公司现在也加大了储能产品的研发力度。目前公元新能有两个生产基地，一是在台州，二是在安徽，目前两个基地的产能订单基本饱满。

十一、恒大以房抵债拿到产权证的资产如何处理？

恒大以房抵债业务其中有九千多万是拿到产权证的，七千多万签订了购房合同，还没有办理网签，没办理网签的部分，公司共计提了 50%的减值。对拿到产权证的资产，公司也在跟中介接洽，大部分抵债房最终会拿到市场上出售，公司不想长期持有这些房产，希望能尽快变现。

十二、地产合作的企业主要有哪些？有没有财务问题？

公司地产直供客户比较集中，目前主要有万科、招商、保利、中海等几大地产的直供约占 80%以上。四家地产客户应收账款相对比较健康，基本上是正常的账龄计提法来计提坏账准备，一年内（含 1 年）按 5%计提，1-2 年的按 15%计提，2-3 年的 40%计提，3 年以上的按 100%计提，针对风险较大的，我们才会采取单项计提。

十三、其他地产有没有风险？

目前除恒大外，其他地产商没有大额计提资产减值的情况。

十四、公司产能有 100 多万吨，今年一季度产能利用率情况？

一季度的产能利用率大概在 60%左右，去年年底公司在江苏淮安的生产基地已调试完毕，今年年初开始释放产能，今年的产能大概会在 110 万吨左右。

十五、2022 年公司市场占有率？

公司的市场占有率的数据主要依据中国塑料加工工业协会塑料管道专业委员会公布的相关材料推测，2022 年行业数据尚未公布，所以公司也没有作对比披露，但据各头部企业公告数据显示，2022 年行业数据有可能会出现的收缩下滑现象。

十六、公司进入防水、净水、卫浴等领域优势？

整个大建材大家居领域竞争比较激烈，各企业之间、品类之间围绕家居建材都有在相互的渗透，公司进入防水、净水、卫浴等领域主要目的是一是满足客户的需求，二是想把原有的销售渠道利用起来，丰富全屋家装产品的类别，和家装产品产生协同效应，对家装业务有正向的促进作用。

十七、公司对家装业务未来的增长规划？

家装目前占公司销售收入的 6.5%左右，与公司在塑料管道行业的地位不太匹配，公司最近几年无论从资源、人力、宣传等方面投入较大，会有一个蓄势的过程，需要一段较长时间的积累和沉淀，公司前期通过了一定的积累，也具备了一定增长条件，后期会有一个加速过程。公司希望家装业务通过之前品牌的沉淀，后期服务能力的提升，这块业务未来 3-5 年能做到占公司销售收入的 10%以上。

十八、公司卫浴业务扩大计划？

卫浴业务去年刚开始进入，还是想一步步扎实的做起来，去年各种因素影响，也没有特别的推，但市场反应产品还比较不错，所以今年对卫浴这块业务会加大拓展力度，应该会有一个比较好的增长。

十九、公司卫浴业务渠道拓展情况？

公司是以原有的销售渠道为基础拓展卫浴销售，也会通过另外的方式拓展卫浴业务，比方说和家装公司合作等。

二十、华南区域近两年业务下降的原因？

华南公司有目前两个生产基地，深圳公元和广东公元，这两个基地协同互补，深圳公元主要生产小管道，广东公元主要生产大管道，最近几年华南区域业务量在下降，下降有外因也有内因，内因是公司内部调整，深圳公元原来主要是做地产配送，公司考虑到运输成本管控等问题，把原在深圳公元的地产业务按就近原则分配到其他生产基地，这样即能按生产基地就近原则服务客户，又能降低运输费用；外因是华南市场竞争较为激烈，华南面对三个省，广东、广西、海南，有几家管道公司都在海南建有生产基地，我们未建，管道产品有运输半径限制，所以拓展的并不好。

近两年广东公元解决了历史遗留问题，在取得厂区内的土地之后，对厂区车间重新规划和改造，也对生产经营产生一定的影响，后期广东公元完成全部建设后，具备 10-15 万吨的生产能力，对华南拓展市场能力会有一个很大的提高。

二十一、公司价格调整机制？

日常价格的调整主要是依据下游需求以及原材料的涨跌幅，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定价策略，正常情况下产品价格会随行就市。

二十二、公司 2022 年产能利用率在 60%-70%之间，今年新增产能如何消化？

公司 2023 年新增产能主要是江苏公元，江苏公元于 2021 年开始建设，年前车间设备基本调试完成，今年开始生产，江苏公元主要针

对的是苏北市场，苏北市场原来是通过总部黄岩生产基地运输过去，江苏基地投产之后，总部会用更多的精力拓展浙江市场。管道行业的产能利用率在 70%-80%是正常水平，大管道由于占地面积大，基本上是以销定产为主，所以产能利用率会低一些，小管道占地面积小，主要采用合理备货的生产模式，所以产能利用率会高一些。

二十三、今年原料价格在低位，公司对今年毛利率的预期？

公司主要原料占成本的比重在 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滞后，幅度相对也小，因此公司盈利能力会受到挤压，同理，原料价格在下降通道时，公司的盈利水平会相对较好。

二十四、太阳能业务的后续规划？

2022 年公司对控股子公司公元新能进行了改制，目前公元新能已在新三板挂牌。未来条件成熟后，不排除在二级市场进行融资。太阳能业务之前是在培育阶段，现在已进入良性发展阶段，业务规模正在快速提升。随着社会对环境保护的日益重视，能源消费结构调整成为趋势，太阳能作为节能环保新兴产业，未来发展空间巨大。

二十五、对 2023 年总体看法？

2023 年尽管对于公司来说不确定因素仍然很多，机遇与挑战并存，但总体来讲主要有以下几点：

1、通过前两年的消化，2023 年公司对恒大应收账款坏账计提压力变小了，其他房地产直供企业目前回款都比较良性，不存在大额计提坏账风险。

2、目前原材料价格在低位运行，公司会通过现货和期货市场做好原材料储备工作，因此 2023 年的成本压力不大，公司的盈利能力会得到一定修复。

3、在销售层面，公司一方面会注重销售额和市占率的提升，另一方面公司也在努力提升高附加值产品的产销比例，同时优化配方降低成本，提升公司的毛利率水平。

4、公司通过公元研修院和外部培训相结合加大了人才培养和梯队

| | |
|----------|---|
| | <p>建设，目前团队年轻化，员工干劲更足了，公司内部管理和市场拓展能力提升，信心更足了。</p> <p>5、在管道业务面临较大压力的同时，太阳能板块业务提升的较快，为公司增加了新的增长驱动力。</p> <p>总之，我们公司管理层对 2023 年及未来几年的发展充满信心，公司在盈利能力得到有效修复和提升后，也会考虑适当增加分红比例，提高对投资者的回报，同时在市值管理和投资者互动方面我们也会进一步加强。</p> |
| 附件清单(如有) | 无 |
| 日期 | 2023 年 4 月 6 日 |