

证券代码：002641

证券简称：公元股份

2023 年 10 月 25 日投资者关系活动记录表

编号：2023-014

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>电话会议</u>
参与单位名称及人员姓名	机构投资者：民生证券 杨昌昊、光大保德信基金 李峙屹、恒越基金 钱臻、宁泉资产 高熙尧、上汽欣臻（上海）资产管理 沈怡雯、中庚基金 刘晟、幸福人寿保险 白羽、泓德基金 黄海、富国基金 房昭强、富达基金 梁俊麟、进门财经 陈雅琪、融通基金 武霆威、中航基金 张越
时间	2023 年 10 月 25 日
地点	证券部
上市公司接待人员姓名	董事兼董事会秘书 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	<p>一、介绍公司三季度经营情况？</p> <p>公司 2023 年 7-9 月营业收入为 18.79 亿元，同比下降 10.32%，归属于母公司股东的净利润为 1.08 亿元，同比增长 4,660.76%，公司 1-9 月份营业收入为 55.21 亿元，同比下降 5.84%，归属于母公司股东的净利润为 2.78 亿元，同比增长 324.78%。公司前三季度销售收入同比下降主要原因，一方面是由于下游需求疲软，产品价格下调所致，另一方面是公司从风险管控考虑，对地产直供业务主动进行了缩减，导致销售下滑。公司前三季度利润增长较大的原因：一是由于原料价格下降，毛利有所提升，二是单项计提资产减值，公司 1-6 月对恒大集团应收账款单项计提了 1.1 亿元，7-9 月未有大额计提。</p>

二、公司三季度 PVC、PE、PPR 的收入占比情况？

从三季度来看，PVC 占比约 45%左右，PE 占比约 18%左右，PPR 占比约 17%左右，另还有太阳能业务的占比约 15%左右，其他业务 5%左右。

三、公司第三季度出货情况有没有改善？

公司第三季度出货环比二季度下降约 1.6 亿。

四、公司前三季度在各区域的销售占比情况？

公司前三季度华东地区仍是公司主要销售区域，华东占比约 60%左右，华南占比约 5%左右，华北占比约 4%左右，华中占比约 3%-4%左右，西南占比约 3%左右，西北占比约 2%左右，出口占比约 20%左右。

五、公司在华东区域的市占率情况？

华东区域是公司的主要市场，占公司销售的比例较高。由于华东区域市场容量很大，公司在华东市场的整体市占率并不是很高，还有很大的提升空间。目前公司在华东地区一级经销商布局比较完善，在华东地区主要目标是深挖华东，深挖华东更多的是渠道下沉，下沉到乡镇及农村等地。

六、公司各业务板块的销售占比情况？

公司各业务板块，渠道经销占比约 60%左右，出口业务占比约 20%左右，地产直供业务占比约 8%左右，家装业务占比约 7%左右，工程直接招投标业务约 5%左右。

七、公司目前经销商数量情况？

公司经销商数量一般会在年底的时候统计，2022 年度公司一级经销商大约在 2600 多家（国内约 2000 家），能覆盖到国内大部分地区。

八、产品价格环比情况？

公司在三季度有做价格调整和促销活动，产品价格三季度环比二季度有所降低，1-9 月份的管道产品综合销售价格同比降幅在 10 个百分点左右，PVC 产品降幅更大一些。

九、产品价格下降除了原材料价格影响还有其他原因吗？

产品价格下降除了原材料价格影响外，还有下游需求影响，以及竞争对手的价格是否调整等综合因素考虑，同时在不同业务板块和不同地区也会有不同的销售策略。

十、行业中小企业退出情况？

塑料管道行业集中度最近几年逐步在提升，行业竞争加剧，部分小企业被淘汰出局是常态，当然也有一些小企业在细分领域做的不错。未来随着人们消费理念转变升级，行业发展资源向有规模、有品牌、有质量保障、有竞争实力的企业进一步集中。

十一、公司价格调整的机制？

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。

十二、家装业务情况？

公司近几年对家装业务配置的资源也较多，从团队打造、品牌宣传、体系建设等多方面入手，家装业务目前也日趋成熟完善，业务规模也逐年增加，家装业务从前两年的 5%左右到现在 7%左右。目前家装业务销售，一方面是通过原有的经销渠道来拓展业务，另一方面和全国性或区域性的头部家装公司合作，先由公司直接出面洽谈合作，后续服务是由公司和经销商配合去做。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，未来 3-5 年这块业务能够达到公司销售收入的 10% 以上。

十三、公司从招投标到供货需要多少时间？

看工程进度情况及合同约定的情况，正常情况下，有的可能 1-2 个月就开始供货，慢的有可能 2-3 个月才开始供货。

十四、公司目前的产能利用率情况？

	<p>公司整体的产能利用率在 60%左右,大管道产能利用率略低,小管道的产能利用率要高一些。</p> <p>十五、公司在人员及费用方面有优化和管控吗?</p> <p>最近两年,公司遵从用人“紧平衡”原则,人员总数没有太大变化。另外,公司不断的加强管理,尤其是通过智能化、数字化改革减少人工成本,提升效率,同时利用数字化管理去做数据分析、决策调整和风险管控,这些方面公司都会去加强、去深挖,在成本管控方面工作公司一直在做。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023 年 10 月 25 日