

证券代码：002641

证券简称：永高股份

2019 年 8 月 23 日投资者关系活动记录表

编号：2019-006

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 ☐ 一对一沟通 ☐ 其他 _____
参与单位名称及人员姓名	机构投资者：高盛（亚洲）公司 郑睿丰
时间	2019 年 8 月 23 日
地点	公司证券部
上市公司接待人员	董事会秘书陈志国、证券事务代表任燕清、投资部副经理李宏辉
投资者关系活动主要内容介绍	一、介绍公司上半年基本情况 2019 年上半年，国内外经济形势复杂严峻，公司继续坚持“开源、节流、防风险、抓落实”的十字工作方针，“以实干练好内功、以担当深挖潜力、以突破稳健增长、以责任谋求发展”总体工作思路，全面推进各项工作，取得了较好的经营成果。上半年，公司实现营业收入 28.02 亿元，同比增加 4.82 亿元，增长 20.8%，其中，塑料管道业务完成 26.26 亿元，同比增长 20.76%；太阳能业务完成 1.47 亿元，同比增长 26.21%；电器开关业务完成 0.29 亿元，同比增长 3.57%。报告期内，实现利润总额 2.26 亿元，同比增长 117.49%，实现归属于上市公司股东的净利润 1.98 亿元，同比增长 138.41%。 报告期内，公司主要开展工作： 1、巩固渠道经销，加强专项销售。报告期内，公司继续巩固渠道为主的营销模式，深耕市场，下沉网点，优化资源配置，完善国内营销网络布局，建立稳定的经销商网络。家装销售、地产配送、市政工程、燃气管道、开关电器、太阳能、外贸销售等各销售板块注重有质量发展，以家装推品牌，以工装提销量，按照品牌宣传和销量突破为双抓手打造独

具公元特色的各专项营销模式。

2、区域协同发展，效益整体提升。报告期内，公司在确保华东主要市场稳步增长的同时，加大对其他区域销售的支持力度和人力资源配置，提升各子公司所在区域的竞争力。报告期内，各子公司销售业务表现良好，特别是安徽永高、重庆永高、广东永高业务增长较快。各子公司经营业绩改善，提升了公司整体竞争力，确保了公司销售业务增长和盈利能力的稳步提升。

3、推进目标管理，降本增效成果显著。报告期内，公司坚持“以人为中心，以结果为导向，以目标达成为衡量标准”的原则持续推进目标管理，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。全方位加强成本管控，提升生产效率，降低管理费用，取得了较好的成果。

4、完善国内生产基地，布局海外市场。报告期内，公司拟在湖南岳阳建设新的生产基地，进一步完善国内塑料管道生产基地布局。同时公司积极推进实施“走出去”战略，加快国际化进程：公司在肯尼亚成立了全资子公司永高管业非洲有限公司拓展肯尼亚管道业务，公司通过控股子公司公元(香港)投资有限公司在阿联酋迪拜收购一个海外公司100%的股权，拟在阿联酋迪拜建设第一个海外生产基地，国际化战略迈出了实质性的一步。

5、启动资本融资，拟公开发行可转换公司债券。报告期内，公司启动上市以来的首次再融资项目，公司拟公开发行可转换公司债券募集资金总额不超过7亿元，募集资金将用于湖南岳阳新建年产8万吨新型复合材料塑料管道项目和浙江台州新建年产5万吨高性能管道建设项目及补充流动资金。

6、内部资源整合，完成子公司之间吸收合并。报告期内，为进一步整合内部资源，公司全资子公司安徽永高吸收合并安徽公元科技全部资产、负债、权益及业务，吸收合并完成后，安徽永高作为吸收合并方存续经营，公元科技作为被吸收合并方依法予以注销登记。本次吸收合并有利于公司降低管理成本、提高运营效率、增强公司的整体业务能力。

	二、公司现有的总产能情况？ 目前，公司各生产基地的总产能约 60 万吨以上。 各产品产能情况 PVC 产品约 40 万吨 PE 产品约 15 万吨, PPR 产品约 5 万吨。 三、公司的营销模式及占比情况？ 公司以渠道经销为主，工程直揽（含房地产配送）及出口为辅的销售模式，目前渠道经销占比约 65%，工程承揽（包括房地产配送）约 25%，出口约占 10% 。 四、公司与地产商合作情况？ 目前公司直接配送的全国知名的地产商有十几家，公司设有地产事业总部，通过地产事业总部拓展和协调地产业务，公司鼓励和支持经销商与当地规模较小的地产商直接合作。 五、公司原材料采购情况？ 公司主要原材料有 PVC、PPR、PE。PVC 原材料主要是国内采购，PPR 原料全部是进口，PE 给水及燃气用原料全部是进口的，PE 排水用原料是国内的。 六、公司对行业竞争怎么看？ 目前国内较大规模的塑料管道生产企业 3000 家以上，其中，年生产能力 1 万吨以上的企业约为 300 家，有 20 家以上企业的年生产能力已超过 10 万吨。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，一些规模小、质量次、环保不达标的企业将逐步被淘汰。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。
附件清单（如有）	无
日期	2019 年 8 月 23 日