

证券代码：002641

证券简称：公元股份

## 2023年8月25日投资者关系活动记录表

编号：2023-012

<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> 中金公司 刘嘉忱 龚晴 杨茂达、大成基金 谢树铭、上海睿郡资产 苏华立、南方基金 李峥、FIL HK-CHAPLT 董如枫、Gopher Asset Management 王敬琰、中信证券资管部 潘云娇、上汽欣臻（上海）资产管理 沈怡雯、汇添富基金 陈潇扬、HGNH International Asset Management (SG) PTE. LTD 赵培、FIL Investment Management (Hong Kong) Limited LIANGMax
<b>时间</b>	2023年8月25日
<b>地点</b>	证券部
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事兼董事会秘书 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><b>一、介绍公司目前基本情况？</b></p> <p>2023年上半年，公司继续坚持“开源、节流、防风险、抓落实”的十字工作方针，积极推进各项工作。报告期内，公司实现营业收入36.41亿元，同比37.67亿元减少1.26亿元，下降3.34%，其中，管道业务完成29.20亿元，同比下降4.02%，太阳能业务完成5.28亿元，同比增长1.83%，其他业务收入1.73亿元，同比下降5.67%。报告期内，公司实现利润总额1.99亿元、归属于上市公司股东的净利润1.71亿元，同比分别增长228.60%、169.66%。报告期内，业绩变动的主要原因：销</p>

售金额虽然有下降，但管道销量有所增加，以及主要树脂原料和太阳能电池片价格下降，公司综合毛利率显著提升。

## 二、上半年管道的销量情况？

上半年塑料管道产品销量大约在 31 万吨左右，同比增长 7%-8%。

## 三、上半年产品价格情况？

上半年原料同比降幅较大，上半年产品销售价格整体降幅在 10 个点多一些，PVC 产品降幅更大一些。

## 四、公司有对上半年小企业退出的感受吗？

塑料管道行业集中度最近几年逐步在提升，2022 年，塑料管道整个行业的产量出现负增长，行业竞争加剧，部分小企业被淘汰出局，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。

## 五、公司家装产品的销售比例？

上半年公司家装收入占比在 7%-8% 左右。

## 六、公司销售主要分哪几块，及其占比情况？

公司销售以经销渠道为主，目前各业务板块中渠道经销占比约 60% 左右，地产直供销售占比约 8% 左右，工程直接招投标占比约 5% 左右，家装销售占比约 7-8% 左右，出口占比约 20% 左右。

## 七、经销的占比中工程和零售占比情况？

公司没有对经销商下游做具体统计，公司塑料管道产品下游主要是房地产建筑领域，再次为市政领域，按公司塑料管道产品的用途大致估算通过渠道进入市政领域的占比大概是在 20%-30% 左右，其他的基本在建筑和房地产领域。

## 八、原材料库存情况？

目前原料价格相对较低，公司也通过现货和期货储备了一定的库存，目前原料库存比正常库存要高一些。

### **九、如果原料价格回升，公司产品价格会调整吗？**

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，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。

### **十、公司出口较大，有对汇率做一些套保吗？**

公司出口主要是太阳能产品及管道产品两大类，占公司营业收入的 20%左右。公司在披露半年度报告的同时也有披露未来 12 个月开展外汇套期保值业务额度不超过 2.5 亿美元或其他等值外币。

### **十一、公司产品出口主要在哪些国家？**

公司外销客户地区分布较为广泛，管道产品出口到亚洲、中东、欧洲、美洲、非洲、大洋洲等百余个国家和地区，太阳能产品主要销售在欧洲、南美，欧洲的销售占比在 30%左右，南美占比在 30%-40%之间，其他区域占比相对较小，后续太阳能出口东南亚市场会考虑重点开发。

### **十二、公司出口运费成本大概有多少？**

公司产品出口主要的报关方式是 FOB 形式，公司承担的运费只是公司到港口之间的国内运费，海运费成本主要由客户承担。

### **十三、公司 PPR 产品毛利率增长的原因？**

PPR 产品毛利率同比增长 5 %左右，一方面是成本端降低，成本端包括原材料和技术研发上的降本措施，技术配方的改善等；另一方面是销售策略上的调整，公司对 PPR 及其他相对毛利率高的产品针对业务员和经销商等在销售政策上做了一些鼓励和调整。

### **十四、目前公司地产客户有哪些？**

	<p>目前公司直接合作的地产商主要是万科、招商、保利、中海等几家，还有一些零星的区域型地产公司。</p> <p><b>十五、公司和家装公司的合作模式？</b></p> <p>公司和家装公司合作起步较晚，目前主要和区域性或全国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。</p> <p><b>十六、华南地区广东公元亏损和深圳公元盈利的原因？</b></p> <p>公司华南地区广东公元和深圳公元两个基地协同互补，广东公元主要生产大管道，深圳公元主要是小管道，面对的市场都是华南三省。整个华南区域市场竞争比较激烈，另广东公元整个厂区改造还在进行，对厂区车间重新规划和建设，对生产经营产生一定的影响，后期如果全部完工建设后，具备 10-15 万吨的生产能力，未来会把深圳公元和广东公元进行整合，打造华南总部生产基地。上半年深圳公元主要从内部管理做一些改善，原料储备做了比较充分的库存，另外降本方面把内部人员做了一些调配，整个华南两个基地综合来看相对会更全面一些。</p> <p><b>十七、公司江苏生产基地产能情况？</b></p> <p>江苏生产基地从上半年开始陆续投产，设计产能 15 万吨，目前实际产能大约在 10 万吨左右，今年总体大约会有 6-7 万吨的规模产出。</p> <p><b>十八、公司增资控股元邦的目的？</b></p> <p>公司控股元邦智能是为了进一步促进元邦智能主营业务发展，增强公司对元邦智能的管理和控制，提升对元邦智能的决策效率，通过优化内部资源调配，提升公司设备自动化和智能化水平，也为制造企业的转型升级提升装备支撑，与公司产生良好的协同效应。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023 年 8 月 25 日