

证券代码：002632

证券简称：道明光学

道明光学股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2020-2-13

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及 人员姓名	中信建投证券股份有限公司 化工行业首席分析师 郑勇 中信建投证券股份有限公司 化工行业分析师 邓胜
时 间	2020年2月12日
地 点	电话会议
上市公司接待 人员姓名	董事会秘书：尤敏卫
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>一、董秘介绍公司整体情况</p> <p>答：公司是国内反光材料行业唯一一家上市公司，公司原主营业务为以反光材料为主的功能性薄膜的研发、设计及生产，主要产品包括各规格、各等级的反光膜、反光布及以反光膜和反光布为原材料制造的反光服装、反光制品。近年来，公司不断拓展产品结构定位，产业规模不断壮大、产业链不断延伸、产业体系不断完善、产业结构不断提升，公司从单一的反光材料生产企业逐步转型为综合性功能性膜材料生产企业。2015年进入微棱镜型反光材料行业，实现个人安全防护、车辆安全防护和交通安全防护的全领域覆盖，打破了国外在技术、工艺以及材料等方面的长期封锁，真正全面掌握了微棱镜反光膜从母模光学设计到母模超精密切削及超精密拷贝、从工作模带超精密拼接到在薄膜上精密复制等核心技术，成为国</p>

内第一家真正意义上实现全自主知识产权并量产的专业生产企业，全球第四家（前三家分别是 3M、艾利丹尼森、瑞飞）；2017 年二季度铝塑膜进入稳定量产阶段，进入锂电池软包装行业（分为消费电子和动力电池两大块）；2017 年公司并购华威新材料及其子公司惠州骏通，进入光学膜行业，目前主要产品增光膜、复合膜和量子点膜；2017 年二季度铝塑膜进入稳定量产阶段，进入锂电池软包装行业（分为消费电子和动力电池两大块）；公司 2019 年投资建设 PC/PMMA 共挤复合膜，进入 5G 手机背板行业，预计在 2020 年初投产并贡献部分业绩。

目前，公司主要分主要分龙游、永康、常州三个生产基地，未来还要新增惠州仲恺高新区基地。位于龙游基地的龙游道明主要生产传统玻璃微珠型反光材料、反光服装、反光制品，龙游另外基地的道明新材料生产相关反光材料基础原材料离型纸、离型膜；位于永康基地的道明光电成为微棱镜型反光材料及锂电池软包装膜等功能性膜材料产品的生产研发平台；位于常州的华威新材料成为光学膜、复合膜、装饰膜、量子点多功能复合膜生产研发平台。三大生产基地联动，占地面积超过 800 亩，拥有超过年产 4000 万平方米反光薄膜的能力，是国内乃至亚洲最大的反光材料专业生产企业。

其中，反光材料仍为目前主要销售收入，分传统玻璃微珠型及微棱镜型反光材料。2018 年实现营收 7.4 亿，销售增速近几年基本保持在 20%左右。其中传统玻璃微珠型反光材料这几年虽然销售规模增长不大，但是产品结构和品类有较大的改变，随着近几年环保问题得到重视，并随着车牌国标的升级更换以及未来更多融合新技术来提升号牌的安全和管理，都需要使用更多的资金投入改造升级设备，国内部分省份由于财政等各因素未能及时更换车牌生产设备，更多省份车管所系统开始采取车牌半成品招标，公司也从车牌膜供应商向车牌半成品供应商转变，导致整体车牌膜及半成品市场规模将呈现大幅度增长。车牌膜近年来价格保持稳定，毛利率基本上保持在 50%以上，2019 年 1-9 月份车牌膜及车牌半成品实现营业收入 1.5 亿，其中，车牌膜实现销售收入 9,746 万元，较去年同期增长 99.69%，车牌半成品实现销售收入 5,675 万元，较去年同期增长 41.27%。此类产品

几年来增速均在 30%以上，其他玻璃微珠型反光布、反光服装等毛利相对较低的产品基本保持 10%左右的稳定增长。未来增长点主要在于抢占剩余市场以及对存量汽车更换号牌、电动汽车新标准、新能源车辆的政策变动，一旦新政策能够落地，将显著增厚公司业绩。此外国外尚有不少国家车牌反光效果不佳或者未采用反光（比如日本、韩国、泰国及非洲很多国家），随着安全意识的提高，国际市场还有很大的车牌膜及半成品拓展空间。

反光材料中的微棱镜型反光膜为公司目前主要及不可替代的增长亮点，公司微棱镜型反光膜 1-9 月实现销售数量 333 万平方米，实现销售收入 2.07 亿元，较去年同期增长 84.82%，毛利率超过 50%。目前国内基建投资增速不大，所以增量市场不大，业务基本来源于新增和改建路段标志标牌设置。所以更新需求来源于存量市场进口替代，在公司产品品质与 3M 公司没有差异的情况下，未来公司凭借良好的服务和略低 15%-20%的价格优势，迅速扩大被 3M 公司垄断的市场份额。公司目前棱镜型反光膜销售模式逐步由原来只提供“反光膜”转型“反光材料一站式解决方案供应商”，可直接接整个工程项目，针对客户需求进行快速响应，满足客户的定制化需求，较国外企业具有更强的服务及售后优势。得益于一带一路的推进，主要的大型发展中国家（印度、巴基斯坦、巴西等）基建投入空间较大，公司也逐步加大公司产品的海外销售。

铝塑膜方面：已于 2017 年二季度已经进入稳定的量产阶段。公司的铝塑膜产品各项性能都达到或超过了行业内公认的技术性能要求并已获得超过稳定的锂电池企业订单。2018 年实现销售收入为 4270.07 万元，2019 年 1-9 月铝塑膜实现销售收入 3,892 万元，较上年同期增长约 30%。铝塑膜目前尚未实现国产化，主要供应来自日本昭和、DNP 等，但是 3C 类铝塑膜售价下跌比较快，由于公司产量相对较小，目前月产量 30-40 万平方米，固定成本较高，导致整体毛利率偏低约为 17%，因此盈利能力较弱。消费电子领域目前每平方米售价 15 元不到，动力电池领域还处于试探当中，尽管已经进入天津力神等国内知名的企业，但是目前来说还没有形成特别大订单，尽管小批量的产品品质得到了认可，但是下游客户仍然担心大批量生产的产品品质一致性和稳定性，目前下游还没有打开国产

化，但是未来动力电池铝塑膜国产化是一个趋势，公司作为国内少数几家已经量产、品质稳定的供应商，未来在铝塑膜国产化进程中机会较大。

华威方面：除了传统的增光膜以及复合膜业务，四季度还增加了量子点膜的销售，产能为 300 万平方米，下游最大客户为华威主要多年主要客户，其议价能力较强，目前对其售价低于原定单价。而原材料量子点是美国进口，阻隔膜是日本进口，成本较高，2019 年量子点膜出现亏损。但是未来随着量子点电视的推广，数量上去之后成本会有所下降，量子点膜有望为公司贡献业绩。同时，华威新材料已于 2018 年完成其业绩对赌，已经公司全面接管，主要经营管理团队仍留在公司，目前整体经营稳定，目前投资者关注公司并购华威形成的商誉大概为 1.8 亿，2019 年前三季度已经计提了 1500 万，全年预计仍需进一步计提，对业绩有所影响，但是商誉的绝对额较小，不会有重大影响。

PC/PMMA 共挤复合材料方面：公司 2019 年投资建设 PC/PMMA 生产线，PC/PMMA 共挤薄膜复合板材具有可塑性高、硬度高、耐刮性好等性能优势，克服玻璃、陶瓷材料跌落易破碎问题，同时相对其他手机盖板材料具有很大的成本优势，由 PC/PMMA 共挤薄膜复合板材制成的手机盖板成本仅为玻璃盖板的 30%左右。，主要应用于手机盖板和汽车中控显示屏。随着 5G 通信、无线充电、NFC 等技术全面普及的背景下，金属材料将逐步退出市场，PC/PMMA 复合板材的需求将保持持续旺盛。年前生产线已经准备就绪，已经生产小批量产品供下游使用，给一些国内的手机后盖企业送样，进军 5G 手机后盖市场，预计今年对业绩会有所贡献。

二、提问:微棱镜膜在 2020 年有什么业绩目标吗?

答：根据上述描述分析 2020 年仍将保持较快的增长，力争加快国产化替代。

三、提问：车牌膜的增长如何?

答：目前公司与国内竞争对手华日升市场份额差不多，公司和华日升合计的国内市占率约 80-90%，未来的经营目标主要是抢占剩余市场。。近两年约 2000-2200 万量车上牌照，一副车牌 18-20 元，大概 5 个亿的市场。公司力争获取更高的市场份额，巩固公司目前在国内的竞争优势。另外，车牌的生产分为油墨技术和烫印技术。其中传统的蓝色白字车牌一直采用的

是油墨技术，采用白色的车牌反光膜，涂上蓝色油墨，冲压后用溶剂擦去字体上的蓝色油墨，露出白色的底膜，最终效果是字反光而蓝色的底色不反光。油墨技术生产的车牌不能直接领取，行政效率低，并且老式车牌防伪功能差，套牌车多。而新型的绿色新能源车牌采用的是国际标准的烫印技术，绿色车牌膜本身反光，而通过热转印技术烫印形成的黑色的字不反光，该技术生产的车牌在摇到号之后可以直接拿牌照，行政效率高。

如果未来车牌制式要按照目前新能源车牌的制作方式进行调整，政策能够顺利落地，按照目前我国 2.2-2.4 亿的汽车保有量，市场空间十分巨大，但这些业务取决于是否有政策支持，存在较大的不确定性。另外国外的车牌膜市场也在积极推进，很多国家车牌还不反光或者弱反光，有较大的市场空间可以开拓。

四、提问：PC/PMMA 做手机背板和陶瓷及玻璃做手机背板的优劣势都在那里？

答：手机盖板从最初的注塑盖板到金属和玻璃盖板，随后再到复合盖板。陶瓷目前因加工成本高，产品良率低，仍只有高端机使用，不是主流手机盖板。随着 5G 时代的到来及无线充电的广泛应用，越来越多功能依靠电磁波实现，其中 NFC 和无线充电尤为突出，而无线充电、NFC 等功能加快了手机后盖去金属化。到 2018 底金属盖板市场占有率快速下降至 8%，其所在市场份额主要由塑胶外壳和玻璃外壳替代。玻璃材料加工成本也很高，约 80-100 元左右一块，主要应用在 3000 以上高端机型。PC/PMMA 复合板材通过 PMMA 和 PC 共挤制得，其表面硬度可达亚克力加硬后的硬度，又具有 PC 片材的韧性，能耐受更大强度的冲击，对比玻璃材料，克服玻璃、陶瓷材料跌落易破碎问题；经过纹理制作，能得到很好的流光炫彩的玻璃效果 可以做各种美化外观效果、丝印 LOGO、图案等；同时，复合盖板产品开发开模周期短，单线产能高，性价比高，约 15-20 元一块，成本约为玻璃后盖的 30%。3000 以下机型在成本和性能的结合下，塑胶将成为首要选择，其中复合板材盖板将是主流。

五、提问：如何看待基建对于微棱镜膜的带动作用？

答：反光材料在基建中的占比非常小，但是属于道路验收的形象工程对质量要求仍较高，目前微棱镜型反光膜国内一年大概 20-25 亿的市场，其中

3M 占 70%以上，作为国内唯一一家生产棱镜型反光膜的公司约占 15%，基建增加自然利好于对于微棱镜膜业务，但是公司业绩的增长主要还是在于对 3M 公司的进口替代，不断提升市场占有率。公司相较于 3M 的优点在于两方面，一是公司的产品价格比 3M 要便宜 15%-20%（因为 3M 是海外公司，采取经销商模式，中间环节成本高，且 3M 反光膜目前均在海外生产，只到国内进行分切，所以生产成本较高），二是公司在国内的售后服务响应速度比 3M 快。由于反光材料对于公路建设的投入相比实在太小了，所以业主单位之前主要倾向用 3M 的材料，但是公司的品牌影响力在逐步提升，公司的产品品质与 3M 相比没有差别，有些对于中国道路的适宜性方面的技术指标优于 3M 公司，并且价格便宜，服务更好，所以也在近年来国产替代趋势非常明显，国内交通部门也开始鼓励业主单位尽量采取国产产品替代 3M。

六、提：公司二季度短期贷款增加了很多，用途是什么？

答：近几年公司较少贷款，资产负债率较低，2019 年初公司分配 2018 年度股利 2.19 亿，并于 2019 年 2 月以 6,917 万元竞拍杭州 20 亩土地作为薄膜研发中心建设，于 2019 年 3 月合计 4.4 亿竞拍取得永康 330 亩地块。上述资本性支出后，二季度贷款有 4-5 个亿。但是公司的经营现金流还不错，每年基本上现金流大于公司净利润金额。虽然反光材料下游客户建设项目回款周期长，但是坏账率低。另外主要是受华威现金流影响。

七、提问：2020 年对华威的业绩怎么看？

答：按照目前态势，预计 2020 年可以恢复到 2018 年的水平。2018 年华威有 3500 万净利润，增光膜 2019 年有所增长，但是价格下滑，导致今年其净利润较 2018 年应有所下滑，但是随着交接的顺利完成，未来随着量子点膜的量产，我们预计 2020 年可以恢复到 2018 年的盈利水平，具体需要以未来公布定期报告为准。

八、提问：2020 年手机后盖市场多大？

答：2018 年全球智能手机出货量为 14 亿部，预计 2019 年-2021 年未来三年仍能分别保持平均不低于 30%以上的增长速度，大部分是 2000 元以下的低端手机，出于成本考虑和未来 5G 推行，大部分低端手机不会采用玻璃盖板、陶瓷盖板，大部分会采用复合板材，所以未来几年，预计手机后盖

	<p>板材的市场规模巨大。</p> <p>八、提问：铝塑膜的行业壁垒比较高，其中动力电池国产替代什么时候能够出现临界点？</p> <p>答：铝塑膜才于近几年实现国产化，目前很多下游企业因产品使用习惯不同，对小批量产品检测通过后仍对大批量生产不放心，所以国产替代仍需要一定的时间。但是国内产品品质在业内获得普遍认可，也与天津力神之类的知名企业签署了框架供应协议，未来市场开拓可以期待。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2020年2月13日