

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：2020-3-6

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	长城证券股份有限公司 化工分析师 张玉龙 吉祥人寿保险股份有限公司 黄毅楷； 上海富驰投资咨询有限公司 张良； 招商基金管理有限公司 李雪； 银河基金管理有限公司 许聪； 北京曜德投资管理有限公司 高喜洋； 诺安基金管理有限公司 李迪光； 中融人寿保险股份有限公司 崔岳
时 间	2020年3月5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；技术总监：王宏
投资者关系活动 主要内容介绍	一、目前基建投资对公司产品的影响以及产品市场和竞争优势 答：微棱镜型反光材料主要应用于高速公路、国道省道等级公路、城市道路上的交通标志牌领域，由于模具制作困难，生产工艺难度较大，目前全球掌握该项产品生产技术的企业只有四家，公司是国内首家且唯一一家

突破微棱镜型反光膜技术壁垒的公司。目前全球微棱镜膜市场规模在 70 亿左右，国内约占 25-30 亿市场，但公司市占率仅仅约为 10%，剩余主要为 3M 垄断，公司自 2016 年项目建成以来，每年增速极高，公司有望将市占率提升至 30%。

前几年在基建投资放缓的大环境下，公司棱镜型反光膜从投产至今能实现高速增长主要得益于存量市场的进口替代。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。

2020 年受疫情影响，我国的经济增长明显承压，作为稳增长的重要抓手，国内基建步入“快车道”，高速公路、国道以及越来越多的城市道路的标志牌将开始采用微棱镜型反光膜来制作，将刺激棱镜型反光膜的增量市场需求。

二、公司 PC/PMMA 项目情况介绍

答：随着 5G 通信、无线充电、NFC 等技术全面普及的背景下，市场对手机背板材料提出新要求，中低端手机中金属材料后盖由于对 5G 信号有一定屏蔽作用，将逐步退出市场，PC/PMMA 复合材料凭借自带通透的仿玻璃效果性能、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，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，复合板材生产的手机后盖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 20-30% 左右，有望成为未来大众主流手机背板材料。同时，除了手机盖板，未来也会有更多的移动通讯设备背板使用该背板材料。根据公开数据，2019 年全球智能手机出货量约 15 亿部，中低端大众手机按照 10 亿部保守估计，初步估算未来手机后盖市场超过 150 亿元，3000 以下机型在成本和性能的结合下，用 PC/PMMA 复合板材的占有率将大幅提升，板材市场空间值得期待。目前，PC/PMMA 膜进口依赖度大，

国外主要进口于日本的帝人、住友等大型公司，国内主要生产企业四川龙华薄膜，从龙华去年新增生产线加大产能来看，目前市场仍属于供需失衡，PC/PMMA 复合板材的需求将保持持续旺盛。公司2019年1月新增建设年产1000万平方米光学级PC/PMMA共挤薄膜/薄片生产线建设项目，目前公司进口的生产设备已到位完成安装调试，并已生产小批量产品供下游客户试用。公司该生产线的主要目标客户为通达控股，智动力，锦瑞新材等国内知名的手机后盖生产企业。预计今年下半年会实现规模化销售，将对业绩有所贡献。

三、铝塑膜市场介绍

答：铝塑膜下游市场主要包括消费电子（3C）领域和动力电池领域。软包装电池的应用首先在消费电子领域，渗透率已达90%，随产品更高性能要求，预计软包电池需求仍然维持稳定增长。与此同时，随着新能源汽车的高速增长，动力电池出货量大幅增长带动软包装行业的增长，锂电池封装形式有圆柱、方形和软包三种，圆柱和方形电池的外包装多为钢壳或者铝壳，软包外包装为铝塑膜。软包电池相较圆柱和方形电池的优点在于：软包电池采用铝塑膜包装，发生问题时电池会鼓气或从封口裂开释放能量，滥用时爆炸概率低，更加安全；较同等容量的钢壳锂电轻40%，铝壳轻20%，具有高质量比能量；能量密度更高，较同等尺寸钢壳高10-15%，铝壳高5-10%；内阻更小，能耗低；循环性能好，寿命更长，100次衰减比铝壳少4%-7%；设计更加灵活，可根据客户需要定制。而国产软包电池封装难于控制、一致性不好，采用进口产品成本较高，因此渗透率较低，15%仍不到。而随着未来国内企业技术的提升，软包电池各种原材料实现国产替代后成本下降，软包电池渗透率在动力电池领域应用也将类似3C电池领域大幅度提升。

公司铝塑膜已经进入天津力神等国内知名的企业，目前已经形成稳定订单，力争订单量进一步提升。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，未来在铝塑膜特别是动力类铝塑膜国产化进程中机会较大。

四、公司量子点膜如何应对未来

答：目前普通 LED 电视色域只有 72%，OLED 电视能达到 100%，而量子点电视色域覆盖高达 110%；色彩纯净度比普通 LED 提升 50%；薄膜寿命长，量子点能够保证色彩恒久不褪色。因此量子点电视仍是未来的趋势，具有色域高、颜色纯、性能稳三方面，根据 IHS markit 预测 2021 年量子点电视和量子点显示屏销售量将分别达到 2250 万台和 330 万台，其中采用量子点膜技术的比例可达 91%，五年复合增长率达到 23%，对应薄膜市场空间约 38 亿元。

但由于量子点膜成本较高，量子点和阻隔膜等原料主要来自于美国和日本企业，国内企业也有量子点和阻隔膜生产。公司量子点膜目前售价偏低，原材料成本居高不下的情况，未来主要应对措施为：一是针对主要客户 TCL 随其量子点电视在市场销售而相应增长采购量，公司正与其进行协商，力争对售价进行调整。同时，公司也在积极拓展市场，给其他量子点企业送样检测，未来如能顺利合作，售价将有所提升情况；二、应对成本居高不下的问题，处于产品稳定性原则，目前公司仍采用进口阻隔膜、量子点浓缩液，但是随着采购量的增加和竞品的出现，材料成本有望下降，力争 2020 年实现一定的业绩。

五、华威增光膜未来情况以及竞争优势

答：近两年下游终端产品 LCD 电视及显示面板行业竞争加剧，黑色家电行业消费疲软，消费端 LCD 显示产品特别是 TV 产品价格大幅下降使得整体行业上游供应链的利润压缩。同时行业受乐视的不良影响，利润空间下降，并将成本压力向上游传导，导致华威新材料主营产品增光膜销售价格被压缩。2019 年增光膜产品销售量有所增长，但是原材料上涨、价格下滑以及华威调整客户结构等原因导致其销售额小额下滑，净利润较 2018 年有较大幅度的下滑。目前团队积极调整销售方案，重点推进增亮膜、量子点膜等现有主导产品的市场拓展，华威新材有望恢复原有利润并重回增长轨道。具体需要以未来公布定期报告为准。

面对竞争对手，华威多年来致力于增光膜在业内已积累一定的口碑，同时华威拥有卷材裁切工厂骏通新材料，可直接按照客户要求进行裁切后

	<p>销售，可以更好的服务终端客户，比竞争对手更具服务优势。</p> <p>六、公司未来主要的工作</p> <p>答：公司短期内主要是大力拓展高端产品微棱镜反光膜和车牌级反光膜及半成品的国内市场，同时逐步推进上述主流产品的国际市场销售，同时提高强化在 3C 类铝塑膜核心客户的采购批量的提升，加快对动力类铝塑膜客户的渗透，尽快推进新产品 PC/PMMA 复合板材的试样送样工作，力争下半年实现批量化生产和销售，针对市场加快相关产品的生产销售和市占率的提升。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2020 年 3 月 6 日