

证券代码：300596

证券简称：利安隆

## 天津利安隆新材料股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20220510

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> <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 type="checkbox"/>一对一沟通  <input checked="" type="checkbox"/>其他 <u>（电话会议）</u> </p>	
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>机构名称</p>	<p>参会人员</p>
	<p>Goldman Sachs</p>	<p>Nick Zheng Cayle Song Sherry Shi</p>
	<p>Aberdeen</p>	<p>Stephanie Li</p>
	<p>Allianz Global Investors</p>	<p>Kelvin Wong Catherine Chan</p>
	<p>China Industrial Secs Intl Financial</p>	<p>Haimao Bao</p>
	<p>Eastspring</p>	<p>Yuan Yiu Tsai</p>
	<p>JP Morgan Asset</p>	<p>Zhuoran Wang Willy Chen</p>
	<p>JPMorgan Asset Management</p>	<p>Ada Gao</p>
	<p>KB Asset Management</p>	<p>Sooho Choi</p>
	<p>Keystones Investors</p>	<p>Dandan Lai</p>
	<p>Manulife</p>	<p>Wenlin Li</p>
	<p>Ortus Capital</p>	<p>Marcia Zhou</p>
	<p>Stillbrook capital</p>	<p>Jonah Chen</p>
	<p>Stoneylake Asset</p>	<p>Weiming Xiong</p>
	<p>T Rowe price</p>	<p>Yahong Qiao</p>
	<p>Teng Yue Partners</p>	<p>Xinyi Mao</p>
	<p>WT Asset Mgmt</p>	<p>Brian Tang Isabel Wu</p>
	<p>Yiheng Capital</p>	<p>Kitty Yan</p>

时间	2022年5月10日
地点	电话会议
上市公司接待人员	财务总监兼董事会秘书 谢金桃 国际业务负责人 Kevin Li 证券事务代表 刘佳
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1. 公司目前各个基地的进展及未来规划是怎样的？</b> 答：各个基地目前的进展的规划：2022年初珠海基地一期开始试车，试车及投产分为六条产线三个阶段进行，每个阶段两条产线，包含通用型抗氧化剂及专用型抗氧化剂各一条。截止2022年5月，第一阶段试车完毕已经投产转固，第二阶段的第一条产线已经投产，第二条线开始试车，产能投产进度有序推进；公司利安隆赤峰基地6000吨受阻胺类光稳定剂已于2021年产能试车完毕，2022年初已开始释放产能；公司凯亚基地3200吨受阻胺类光稳定剂与天津汉沽基地5000吨水分散剂项目预计第四季度投产。 依据公司目前的产能设计与规划，至2023年，公司总产值将达到60亿左右，完成公司战略规划中2023年抗老化业务营收50亿的既定目标。</p> <p><b>2. 公司未来是否有新基地的建设计划？</b> 答：目前公司的基地建设规划主要集中于现有基地的二期三期的建设上，公司在每个基地建设之初已预先对土地及配套设施进行了规划，后续会按照规划进行有序建设。</p> <p><b>3. 整体行业的产品价格变化趋势与珠海基地投产后产能增加对市场的影响是怎么样的？</b> 答：公司目前的产能规划都与市场的需求端相对应，公司预估整个行业短期内不会出现供大于求的情况；整个行业的总体价格传导较为稳定，价格的主要变化依据为原材料价格。</p> <p><b>4. 公司对下游需求把握精准，是否参与了下游客户的研发？</b> 答：第一、在整体规划方面，公司会提前做出未来三年的生产规划，通过估算全球客户的生产进展与销售额，提前对客户进行配额，实时监控客户生产的导入阶段并进行有针对性的参与。第二、公司也会参与到客户的研发阶段，在前期进行产品的引入；第三、公司目前的市场开发策略较为超前，会开发一部分客户为公司未来的扩产进行储备，在前期切入客户的供应体系后先行进行产品的性能测评，待产能扩产后加大供应量，快速消化新增产能，减少总体的产能爬坡期。</p> <p><b>5. 目前公司的储备竞标客户有哪些，之前合作比较少的原</b></p>

**因是什么？**

答：储备竞标客户主要分为两类，一类是国际聚烯烃工厂，第二类是国内的中石油、中石化等大型国企。之前参与竞标较少的原因是产能受限，通用型抗氧化剂存在外协产能，这一部分储备竞标客户处于认证通过但参与较少的状态。未来在公司产能提升后，在已经通过评价认证的前提下，储备竞标客户切入供应体系的进度会更快。从 2021 第四季度开始，公司与中石油、中石化的业务也开始逐步发展。

**6. 目前公司主要产品的单吨利润情况？**

答：公司 2021 年抗氧化剂系列产品毛利率在 20%左右，珠海基地投产后自产毛利率水平还会继续上升。光稳定剂系列产品毛利率为 36%-37%，U-pack 产品之前因为自产单剂产能不足，2021 年毛利率不足 10%，在未来单剂配套后毛利率也会继续上升。

**7. 主要原材料占生产成本比例及主要原材料的拆分**

答：主要原材料占生产成本比例为 70-80%，以酚酮产业链的下游烷基化产品等为主材

**8. 如何看待行业价格的主导权？**

答：抗老化添加剂行业的供应商较为分散，行业主要调价方式以议价为主，上游原材料涨价或者运输费用的上升为涨价的主要驱动因素。抗老化添加剂行业的下游客户对供应商的依赖程度较高且因产品占客户原材料成本比例较小，客户更重视质量与服务的稳定性，对于价格的敏感度较低。

**9. 康泰项目一期产品的单剂与复合剂比例是怎样的？**

答：康泰项目一期的 9.3 万吨产能中，10000 吨为单剂的原材料，30000 吨为复合剂，53000 吨为单剂。二期的产能建设中所配套的水杨酸盐、酚盐、磺酸盐是为了协同一期现有产能缺失或不足的品类。康泰项目一期、二期总体产能为 143000 吨，最终商品量为 10.3 万吨，二期建成达产后主要品种单剂不再需要外采。

**10. 未来康泰项目的主要产品定位是复合剂还是单剂？**

答：康泰项目未来的产品策略是单剂与复合剂同时发展，目前康泰的营业收入中复合剂销售收入占比 30%左右。在单剂与复合剂的协同发展中，康泰未来会通过单剂产品与国际四大润滑油添加剂厂商合作，利用国际先进的产品标准反向促进技术进行迭代，为复合剂产品的进一步开发积累经验。

**11. 康泰项目并购前的管理层是否还参与管理？**

答：创始人方面，并购前负责财务的创始人之一韩总将逐渐退出日常经营管理，禹总会继续负责康泰的技术条线，领导润滑油研发技术团队。日常运营方面，财务、生产计划、润滑油事业部管理、研发会派驻人员与团队与康泰进行融合。

**12. 未来润滑油添加剂单剂与复合剂潜在客户的拓展方向？**

答：润滑油添加剂单剂的主要潜在客户为国际四大添加剂公司、特殊化学品公司、自有技术的油品公司。润滑油添加剂复合剂的主要潜在客户为下游油品公司。公司对于润滑油添加剂整个市场开拓的战略规划是 API 认证与客户端台架认证同步推进，从 2021 年开始，公司部分品种工业油获得了 API 认证，柴油机油与齿轮油的认证方向是客户端的台架实验认证。公司针对不同的客户制定了不同的认证体系方案，目前公司已经切入了玉柴、潍柴、东风嘉实多的上游供应体系。

**13. 未来对康泰项目的目标规划？**

答：康泰二期项目建成后，总商品量达 14.3 万吨，所对应产值约 20 亿元，阶段性的完成康泰项目的目标规划。

**14. 客户与技术上有康泰的赋能？**

答：第一、营销体系的协同性，利用利安隆的全球营销体系储备的现有下游客户，有一些既有抗老化事业部也有油品事业部，更快的切入下游客户。

第二、技术的协同性，在并购康泰之前，公司已经开始储备润滑油添加剂方面的研发人员，目前利安隆研究院的润滑油添加剂技术团队已经入驻康泰。

第三、产品的协同性，公司现有润滑油专用型抗氧化剂，与康泰的产品可以形成添加剂组合协同销售。

第四、供应链协同，公司在国内国外的 72 小时送达供应链优势可以对康泰的供应体系进行赋能。

第五、日常运营管理的协同，目前公司已经派驻基地总经理、财务资金管理、生产计划管理等关键岗位人员入驻康泰，在日常管理与生产运营上引进先进的管理模式形成协同效应。

**15. 公司未来国际发展的规划是什么？**

答：公司根据不同产品制定了不同的发展策略，在顺应国家国内国外双循环政策的引导下，专用型产品的定位是在全球拥有绝对的产品控制力，利用完备的供应链体系对于国际市场的进行全面覆盖。通用型产品的发展策略为根据公司产能进行投放，在保证产能消化的前提下，最大化公司的利润。两种产品相互协同发展，在海外市场实现全面销售覆盖，提升公司的品牌知名度。

**16. 公司 2028 年营收 100 亿时国内与海外市场的目标占比以及整个市场未来 5-10 年的发展空间怎么样？**

答：目前公司的收入占比中 60%来自国内，40%来自海外。未来公司的战略规划，国内与海外市场的地位相同重要。

	<p>未来市场发展方面，抗老化添加剂行业的特点是整体下游行业分布十分广泛，对于海外不存在特定区域的依赖性，从国内市场端来看，聚烯烃行业的国产替代趋势逐渐形成，全球市场整体来看，中国市场与印太地区会成为两个主要的增长区域。</p> <p><b>17. 目前公司在全球竞争中定位以及主营业务未来增长点？</b></p> <p>答：产品方面，公司的产品质量已经达到了国际一线厂商的水平；从产品线配置方面，目前配置品类齐全的只有巴斯夫与利安隆。对比国际厂商，公司的优势在于供应的稳定程度、客户服务方面的精细化管理。这些方面未来有较大发展空间，第一、在客户认证方面，抗老化添加剂的行业特点为对成本变化不敏感，国际厂商利用先发优势在一些下游客户产品的开发阶段已经切入，转换供应商存在一定的惰性，这部分客户介入周期长，也是未来的增长点之一。第二、产品牌号的配套继续增加。第三、生产基地的持续开拓。</p>
附件清单	
日期	2022 年 5 月 11 日