

证券代码：300743

证券简称：天地数码

债券代码：123140

债券简称：天地转债

杭州天地数码科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

重要提示：凡涉及公司未来计划、发展战略等前瞻性描述不构成公司对投资者的实质性承诺，敬请投资者注意投资风险。

编号：2022-004

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 其他_电话会议
参与单位名称及人员姓名	华鑫证券资管 杨靖磊、信达资管 唐国磊、华鑫证券 徐鹏、信达证券 张弛、第一创业证券 张铖、东海基金 胡德军、大麓资产 陆维皓、天戈投资 章轶、杭州禹合资产 洪元宵、雁丰投资 潘雪、北京泰德圣投资有限公司 俞慧文、华龙证券股份有限公司 刘永平、上海雅策投资管理有限公司 黄鹤翔、北京中关村瞪羚投资基金管理有限公司 张潇、北京三和宏信投资管理有限公司 刘林奇、北京中教创联投资管理有限公司 刘磊、北京中教创联投资管理有限公司 武晋民、北京京泰晟资产管理有限公司 丁博文
时间	2022年5月20日（星期五）15:00—16:00
地点	杭州天地数码科技股份有限公司会议室
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书：李滨先生 财务总监：董立奇女士 证券事务代表：吕玫航

<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>1、公司年报中提到，2021 年成本方面面临一定压力，就原材料成本方面，公司如何与上游供应商进行采购定价？定价频率？公司年报中第一大供应商采购占比 30%以上，对公司议价能力是否有影响？</p> <p>公司通过与头部供应商签订年度协议方式来锁定采购价格。如果原材料成本上涨幅度大，也有可能通过调价等方式来转移成本，基于公司的规模优势，公司在价格上具备较强的话语权，有较强的能力通过价格调整消化原材料成本上升的压力。</p> <p>2、今年以来上游原材料对公司的影响？</p> <p>公司生产碳带产品的原材料主要为聚酯薄膜、蜡等化工原料。公司原材料占主营业务成本比重超过 70%，其中聚酯薄膜占原材料成本比重超过 50%。主要原材料（尤其是聚酯薄膜）的价格对毛利率影响较大。2021 年公司聚酯薄膜采购价格相比 2020 年价格上涨了 14.59%。2022 年一季度聚酯薄膜采购价格比 2021 年采购均价上涨了 4.6%左右。</p> <p>3、近期 BDI 指数快速上涨，公司目前海运费情况？</p> <p>海运费上涨使得营业成本增加。后续我们将争取通过两个方式减缓海运费对公司利润的影响，一是尽可能以 FOB 的方式报价，让客户承担运费；二是调整价格，在产品价格里面把运费的增长因素考虑进去。</p> <p>4、生产方面，能否简单介绍一下目前公司整体产能情况，产能利用率和后续扩产计划？公司的生产模式是否是制墨涂布阶段都是在国内的厂进行，海外子公司最多就负责分切或者直接只负责销售？</p> <p>为应对销售增长的需求，公司今年计划通过对生产线进行技术改造升级以及新增生产线来满足产能需求。公司的生产流程可以分为制墨、涂布、分切和包装四道工序，其中制墨和涂</p>
---------------------------	--

布属于涂布生产，属于生产中最为关键的工序，主要在公司总部和天浩科技的生产车间进行，另外公司在墨西哥也设立了涂布厂；而分切和包装则属于辅助性生产，除生产车间外，公司在部分国内子公司和海外子公司也设有分切机，根据客户需求随时组织分切和包装生产。

5、公司碳带产品按照类型来分有蜡基、混合基和树脂基三类，想请教一下：三类产品目前在公司营收中的占比？

高端产品目前已经积累了稳定的客户群体，公司目前中高端产品（混合基、树脂基）的占比为 35%左右，蜡基产品占 65%左右。公司后续将根据战略出发，调节产品结构，提升销售额，同时加大全球本地化的水平，未来将着力提升中高端产品（混合基、树脂基）的占比。

6、公司在蜡基碳带上的竞争优势和技术壁垒？混合基和树脂基在研发生产方面有什么难点？

热转印碳带行业涉及高分子化学、物理、光学、自动控制等多学科领域的综合应用，比如在热转印油墨配方上，既要有良好的热转移性，又要在储存使用环境中保持与基膜附着，避免在高温环境下的背迁和低温环境下的脱落，需要进行大量的科学实验和反复使用测试，对研发的长期持续投入要求高。而在工艺上，比如多层均匀涂布（各层级范围在每平方米 50 毫克到 6,000 毫克之间）一次完成工艺、多层之间的防浸润工艺、以热熔涂布和水性涂布替代溶剂涂布工艺，这些不断创新和升级的工艺水平，也需要通过长期的生产实践和经验积累以及技术升级投入。

蜡基碳带（Wax ribbon）：具有高灵敏度、高分辨率、高密度等特点，广泛的适用性，如普通纸、铜版纸、粗制纸、镜面纸、涂覆纸、合成纸等。

混合基碳带（Wax/Resin ribbon）：即半蜡半树脂碳带，

混合基碳带结合了蜡基碳带和树脂基碳带的优点，兼具优质打印效果与耐久性能，应用广泛，价效皆佳。具有耐溶剂性、高清晰度、高分辨率，具有广泛适用性，适用于各种标签，如铜版纸、镜面纸、涂覆纸、合成纸、PET、PVC等。

树脂基碳带（Resin ribbon）：由于多数的树脂分子量比蜡高、且分子结构可选范围比蜡广，因此树脂在稳定性、强度、硬度、熔点均比蜡高，打印出的图形在抗刮性、耐高温性、防化学腐蚀性、分辨率上也比蜡基和混合基碳带更为优越。与蜡基、混合基碳带相比，更加适用于各种非纸质类标签，尤其是各种聚脂和塑料标签，如合成纸、PVC、PET、水洗标等。

混合基和树脂基，树脂含量高。其化学成分难控制，涂布当中容易波动。

7、碳带下游行业非常多，公司也提到了在不同行业应用会有不同的要求，这块是不是意味着公司的产品具备一定的非标产品特点？公司在生产上是否也是定制化生产？

公司热转印碳带具有较强的通用性，公司产品并不是非标产品。但是在规格上、包装上、尺寸上定制化生产较多。下游应用广泛，包括了物联网、工业制造、医疗服务、食品药品、电子、零售、物流、仓储、企业管理、产品溯源及防伪等条码技术的终端应用领域。在碳带行业，主流需求是通用的，但如果只提供通用产品，就容易陷入同质化竞争，因此，在技术上，公司坚持打破通用产品的局限，实现关键指标领先，在不同类别产品间实现跨界创新，针对特殊需求的客户进行行业定制。比如我们的 TDM238P，是我们和全球最大肉类加工厂巴西 J 公司联合开发而成，标准化到定制化会是一个趋势，天地数码会继续为不同行业提供定制化的解决方案。

8、销售模式分为经销商模式和分切商模式，看到公司这两年也在加大经销商模式的比例，这两种模式有什么区别？

	2021 年		2020 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	541,746,016.86	100%	420,130,953.51	100%	28.95%
分切商	242,561,080.67	44.77%	229,328,566.97	54.59%	5.77%
经销商	278,505,740.80	51.41%	171,525,198.77	40.83%	62.37%
直接客户	20,679,195.39	3.82%	19,277,187.77	4.59%	7.27%

分切商主要是大卷客户，经销商主要是小卷客户为主。

9、如果主要都是经销商+分切商的销售模式，公司如果后续要提高销售收入，是否只能靠从广度上去拓展更多地区、更多下游的经销商或者是分切商？因为公司 2018-2020 年营收一直都在 4 亿，去年是增长了一个台阶到 5 亿，具体是通过什么方式提升的？

公司境内、境外都加大了市场开拓的力度，努力实现境内、境外稳步增长，同时围绕产品系列化和全球本地化的战略，提升产品总体产销量、特别是中高端产品的产销量，改善产品结构，提升境外本地化销售占比。另外，在 2021 年度，并购了英国的 TTS 公司。

10、公司海外业务占比很高，而且分布在各个不同区域，能否简单介绍一下公司在亚洲、非洲、欧洲和美国的营收分布情况？

总体来看，在国内、亚非市场的销售主以经销商和分切商相结合的方式，在欧洲市场以分切商为主，在美洲市场以经销商为主。亚洲地区主营业务收入占比 19.71%（不含中国国内），中国国内主营业务收入占比 30.97%，非洲主营业务收入占比 0.95%，欧洲主营业务收入占比 22.45%，美国主营业务收入占比 11.04%。

11、2020 年以来这两年里很多出口型企业都受益于海外

	<p>疫情导致海外供应链无法正常开工，需求外溢。但今年以来其实海外很多国家都已经放开管控正常复工，这块对公司今年的海外业务是否有影响？</p> <p>公司 2009 年便在美国设立子公司，通过本地化销售的策略进入美洲市场。2013 年在英国设立子公司，2017 年又在法国设立子公司，使得英国和欧洲的部分销售实现本地化。2015 年在印度的子公司也设立并实现销售。2016 年在加拿大设立子公司并实现销售。在 2021 年度收购了英国本土最大的分切厂 TTS。截至目前，天地数码在美国、英国、印度、墨西哥、巴西、加拿大、法国均设立了子公司并实现了销售。公司根据当地市场的需求提供快速交付、定制服务等，在全球本地化过程中努力实现当地销售扁平化，减少流通成本，进而进一步掌握在全球各主要经济体的销售渠道资源，在主要经济体当地与国际一流企业展开产品性能、服务品质等方面的竞争。</p> <p>12、公司目前主营业务还是集中于条码碳带领域，相对比较集中，未来公司在产品线或业务方向上有没有对应的拓展计划？</p> <p>未来公司将围绕经营战略，坚持聚焦主业的基本原则，通过适时投资或收购产业链相关项目，以促进产量质量提升及渠道深化建设为投资目标，双管齐下，加速产品系列化和全球本地化两大战略的落地，促进公司内生增长和外延发展双提升，巩固国内竞争优势，提升海外市场竞争力、完善产业布局，提高产品附加值。</p> <p>打造环保竞争力；寻求电商领域合作，线上线下联动销售；在全球领域内进行技术或渠道的合作；关注条码打印领域内技术领先企业，通过并购的方式获得对我们有价值的技术、渠道和团队来加强公司的竞争力，提升公司业绩。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 5 月 20 日