

证券代码：300920

证券简称：润阳科技

浙江润阳新材料科技股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2022-02

调研活动类别	<input checked="" 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"/> 其他（ <u>电话会议</u> ）
参与单位名称及人员姓名	东北证券：钱伟伦、孙伟、陈俊杰 中融基金：张智浩 海创投资：陆陈伟 国金证券：王明辉 景顺长城：陈渤阳 浙江墨钜资产：储凡
时间	2022年7月5日上午10点半
地点	浙江省杭州市萧山区民和路800号宝盛世纪中心1幢16层
上市公司接待人员姓名	董事会秘书兼副总经理：万立祥 投资者关系管理总监：丁宏娇
调研活动主要内容介绍	<p>Q1：请对公司产品及应用进行简要介绍</p> <p>A：公司主要产品为电子辐照交联聚乙烯（IXPE），包括抗菌增强系列、普及系列及特种系列。IXPE产品是一种无毒环保、绿色健康的材料，其物理性能优异，具有无毒、无味、减震、降噪、隔热、耐腐蚀、抗菌、防水、手感舒适、光滑整洁等多种优良特性，可作为高性能基础材料广泛应用于家居建筑装饰、汽车内饰、婴童用品、体育休闲、消费电子、家用电器、医疗器械等行业。</p> <p>Q2：公司目前国内及越南的产能情况如何及是否有扩产计划？</p> <p>A：目前，公司国内产能约为1.3亿方，海外越南生产基地的一期、二</p>

期均已扩建完成并投入使用，一、二期产能合计约为 8,000 万方。国内外合计产能约为 2.1 亿方，公司未来会根据下游客户的需求适时筹划相应的扩产计划，此外，募投项目还有 1 亿方在建设过程中。

Q3: 公司为何客户集中度较高，是否是因为建立了长期稳定的下游客户壁垒？

A: 公司实行下游应用聚焦的策略，利用自身积累的技术优势，可以根据客户的需求在较短时间内实现产品开发、原材料采购、生产组织并完成高质量产品的交付，因此公司客户的集中度较高。公司的前几大客户均为国内 PVC 塑料地板知名企业，公司已通过下游客户的综合认证进入全球排名前列的家居建材用品零售商 HomeDepot（世界 500 强企业）的供应体系，并始终与下游客户保持着长期、稳定的合作关系。

Q4: 公司受原材料 LDPE 价格上涨影响，目前的成本压力如何？

A: 公司高度重视成本管控工作，时刻关注原材料价格情况，并提前做好战略储备，以降低生产成本。此外，公司继续推行预算管理制度，定期进行预算执行分析，贯彻降本增效，最大程度地化解可能因原材料上涨所带来的成本压力。

Q5: 公司目前 IXPE 产品售价情况及有没有涨价的计划？

A: （1）公司普及系列产品平均售价为每平米 3 块多人民币，抗菌系列产品平均售价为每平米 5 块多人民币。（2）公司产品的主要定价模式为在产品成本加成的基础上，参考主要原材料 LDPE 的市场价格变化情况并综合考虑其他影响因素与客户协商确定。若原材料价格持续上涨且涨幅较大，公司会综合考虑制造成本、市场需求、下游客户接受程度及共赢等因素，未来拟适时对产品销售价格作出调整。

Q6: 目前越南那边进展如何？海运费对公司影响大吗？

A: （1）目前越南生产基地一期、二期均已扩建完成并投入使用，生产经营良好，产能也在不断释放中。（2）公司的主要客户以华东地区为主，海运费对公司的影响较小。

Q7: 公司之前是基于什么原因没有在汽车领域布局？随着传统汽车逐步向环保和轻量化转变，公司未来是否在新能源电池领域有什么规划呢？

A: （1）主要原因是公司扩产前，受限于公司产能，且公司实行下游应用聚焦的策略，之前有较小部分应用汽车领域，但相较于 PVC 地板领域，汽车领域的销售回款周期比较长。（2）随着汽车轻量化、环保化的要求逐渐提高，未来公司会顺应产品下游的发展趋势及需求，在巩固自身原有优势的同时，不断优化产品结构，积极探索下游新领域的业务发展机会。

	<p>Q8: 目前公司爬爬垫的优势体现在哪方面? 公司爬爬垫是否有与国外品牌合作的意向, 进展如何?</p> <p>A: (1) 公司自主研发的高回弹系列固特棉 (GFOAM) 婴童活动保护垫是采用物理交联工艺制成, 相较于传统 XPE、EVA、EPE 材质的爬爬垫, 不会产生有害气体也更加环保, 甲酰胺等重要环保指标也远远高于国外的环保指标。此外, 固特棉还具有回弹性更佳、泡孔更细腻、手感更柔软等优异性能。(2) 在母婴爬爬垫的市场开拓环节, 公司采用了 To B 和 To C 双轮驱动的战略。To B 端, 公司已成功与婴喜爱及孕产类目 top1 的嫚熙等品牌达成合作。To C 端, 公司自有品牌“博士玩偶”及“euterpe”双品牌旗舰店分别在天猫、拼多多、京东、抖音、小红书等平台入驻。未来, 我们将持续推动固特棉 (GFOAM) 爬行垫逐步取代传统 XPE 爬行垫成为行业主流芯材, 致力于打造固特棉专属明星品牌。</p>
<p>附件清单</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2022-07-05</p>