

证券代码：002969

证券简称：嘉美包装

债券代码：127042

债券简称：嘉美转债

## 嘉美食品包装（滁州）股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

|           |   |
|-----------|---|
| 投资者关系活动类别 | <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><input type="checkbox"/> 现场参观  |
| 参会人员      | 鹏扬基金 朱悦 平安资产 朱慧灵<br>汇安基金 王苏煦 平安养老 徐唯俊<br>德邦基金 李悦愉 百年人寿 陈乐松<br>国盛证券 李晨 国盛证券 姜文强  |
| 时间        | 2022年8月26日9:30-10:30  |
| 地点        | 电话会议  |
| 上市公司参会人员  | 副总经理、董事会秘书：陈强   |
| 活动的交流内容   | <p>首先，由公司董事会秘书陈强先生对公司2022年半年度报告情况作了简要分析。</p> <p>公司已披露2022年半年度报告，2022年上半年，嘉美包装的营业收入比去年同期下降7%左右，但利润和归母净利润都是亏损，相比去年同期下降较多，这主要是受疫情影响。但相比疫情刚爆发的2020年来说，今年的情况稍好点。相比2021年的话，去年从客户端到整个供应链适应了疫情的常态化之后，大家都会有相应的应对措施，但是今年的疫情又有新的特点，整个供应链都不太适应，因此比2021年度差。疫情主要是影响了客户终端需求，导致客户订单减少，传导到公司这里就是销售数量减少较多，但因为今年上半年主要原材料铁和铝的价格上涨幅度较大，公司的产品两片罐、三片罐的价格也有了幅度较大的提价，所以从营业收入的表现来看，下降幅度不是特别大。在销售数量下降这么多的情况下，特别是我们的灌装业务板块，分摊的单位固定成本比较多，导致整个毛利率下降幅度较大。因此销售数量的减少和毛利率的下降，再加上公司发行的可转债的财务费用大幅增高，导致了公司今年上半年出现了小幅亏损的情况。这是公司今年上半年业务和财务的状况。</p> <p>虽然公司上半年业绩不是特别理想，但是从整个业务发展情况来看，趋势比较好。公司传统的两个大客户六个核桃和王老吉的订单减少较多，因为它们的产品带有伴手礼的礼品市场的属性更强，但公司在其他客户里所占份额在增长，比如公司其他植物蛋白饮料客户，能</p> |

证券代码：002969

证券简称：嘉美包装

债券代码：127042

债券简称：嘉美转债

量饮料客户，还有一些初创企业，老品牌的新品类、新产品，跨界品牌的即饮产品，公司基本全覆盖，所占份额也都在增长，但是这些增长比起六个核桃、王老吉比例还小，绝对值还是不能弥补这个缺口，所以公司整个销售数量下降较多。六月份随着疫情受到控制，比去年同期、甚至比正常年份的六月份的情况都稍好一些。但是七月份疫情多点爆发，目前来看对中秋旺季的影响可能是比较大的，特别是高温情况下各地的控电措施，影响了生产基地的用电，这个有比较大的冲击，所以今年中秋旺季的情况还要看后续状况。

其次，以投资者提问的方式进行了互动交流，以下为互动交流的主要内容：

**问题 1：疫情以及高温限电对公司产能的影响占比多少？**

**答：**公司在简阳有生产基地，主要是三片罐的制罐和灌装，以及综合灌装，在西南市场相对来说比较有竞争优势。而限电主要是在四川地区，又快到中秋旺季，所以影响相对来说较大。

**问题 2：公司在全国的厂房基地布局较为完善，那么四川这个基地大约占比多少？**

**答：**扣除关联抵消的情况，销售收入占 25%左右。

**问题 3：四川地区受到限电的影响停产比较密集，那么其他生产基地是否可以调用这个产能？**

**答：**紧急情况下，为了满足客户的需求可以调用产能，但是这种做法不太经济。

**问题 4：七、八月份公司的订单和出货情况如何？下游的需求和去年同期相比如何？**

**答：**七月份比往年的中秋旺季同期有一定幅度的下滑。主要是受疫情影响，再加上限电停产的因素。后续还有待继续观察。

**问题 5：订单下滑较多的还是公司的大客户养元饮品吗？**

**答：**主要客户都受到影响。

**问题 6：能否分析一下从去年到今年三片罐、两片罐分别有多大幅度的提价？**

**答：**两片罐主要原材料是铝，三片罐主要原材料是马口铁，但易拉盖和部分产品的底盖的原材料也是铝，所以铝和铁的涨价对成本的影响很大，三片罐占 70%左右，两片罐占接近 80%的水平。从 2020 年初的这一波上涨开始，铁和铝的价格涨了 40%左右，在这么快速、大幅的上涨过程中，提价会有滞后和幅度不一的因素，以及同业竞争的因素。目前为止，三片罐和两片罐都提价了 30%左右。

七月份铁和铝的价格开始下降，铁的价格下降趋势比较确定，铝还要看八、九月份开盘情况。希望接下来原材料价格是下降的趋势，在下降的过程中，由于公司没有跟上之前的提

证券代码：002969

证券简称：嘉美包装

债券代码：127042

债券简称：嘉美转债

价幅度导致不利的部分，希望有所弥补，从历史经验来看，可能是这样一个状况。

**问题 7：从宏观数据来看，其实铝的价格已经下跌较多，到目前为止铝的价格跌了 20%-30%，马口铁下跌的幅度也不小。这个跟您说的报价是有时间差吗？**

**答：**市场基价，铁的基价下降比较明显，铝是按季度平均价，二季度跟一季度相比是下降 5%左右，三季度目前还不确定。定价是有基准的，当然实际采购价格跟采购规模、商业竞争等都有关系。

**问题 8：从三季度角度来说，基准价格不太确定，理论上应该是基于第二季度的原材料价格去定三季度的市场价格或者说包装价格。三季度的原材料价格现在是什么情况？**

**答：**要按季度平均价。八、九月份的铝的价格还没有公布，所以趋势不是特别确定；但是铁的价格已经公布，基本比较确定。

**问题 9：长江有色的铝的口径从四月份左右接近 24000 元/吨，跌到现在 18000-19000 元/吨，这个口径跟您说的有区别吗？**

**答：**四月份是 21499 元/吨，五月份是 20428 元/吨，六月份是 19973 元/吨，二季度平均是 20633 元/吨，比一季度下降了 1553 元/吨。

**问题 10：这个角度来说，三季度的平均铝价跟二季度相比可能也会有 5-10%的下滑，那么两片罐这块三季度有降价吗？**

**答：**这个需要根据季度平均价和客户按季度进行协商。

**问题 11：三季度的价格应该已经确定了？据了解，三季度两片罐整个行业都是降价，公司也是吗？**

**答：**目前还不了解具体的协商情况，我公司并不是二片市场的最主要的供应商、主要还是跟随战略。

**问题 12：公司上半年度管理费用波动较大，原因是什么？**

**答：**这是会计核算的原因。有几个基地停产后的制造费用计入了管理费用，扣除这些因素的话，正常应该是下降的。

**问题 13：您对下半年或者未来的期间费用的展望是怎样的？**

**答：**期间费用这几年都是下降的，但财务费用应该会上升，因为可转债是按实际利率计入财务费用的、上涨幅度大。

**问题 14：公司在三片罐、二片罐领域里处于怎样的地位？**

**答：**三片罐领域，从市场竞争来看，市场规模就是 180 亿的产能，由第三方生产的需求

证券代码：002969

证券简称：嘉美包装

债券代码：127042

债券简称：嘉美转债

是 150 亿左右，连续五六年来都比较稳定。主要分为两个领域，一是以红牛为主的能量饮料客户，主要供应商是奥瑞金；二是蛋白饮料客户，整个市场就是这么大，相对来说较为稳定，在能量饮料方面，奥瑞金占绝对优势；蛋白饮料方面，公司占六个核桃的份额是领先的，占其他客户的份额期望是 1/3，甚至更多，这是三片罐的竞争态势。

两片罐领域，公司不是主要供应商，只有一个北海的生产基地，主要客户覆盖西南市场，但公司也一直在观望整个市场状况。两片罐有 500 亿左右的市场，由于碳酸饮料有恢复增长的态势，各种含气饮料用金属包装产品的数量也在增长，以及啤酒罐化率的提升，这些增长因素消化了这几年迅速增加的产能，所以整个行业的产能利用率相对来说都还好，处于一种紧平衡的状态。同业主要竞争企业是奥瑞金及被其收购的波尔，昇兴股份，太平洋，宝钢包装，中粮包装，基本占据绝大部分份额，还有一些小的厂商都在观望，公司也有继续投入的意向。在前几年的价格战中，相对来说公司的负担是最轻的，但是公司后续的市场拓展相对来说难度较大。这是两片罐的状况。

**问题 15：简单梳理下公司的竞争优势？**

**答：**公司的战略是打造全产业链的中国饮料服务平台，以饮料生产代工业务为抓手，进行客户的全覆盖。公司在灌装业务是做的最早、规模最大的，公司包材品类也最齐全的，比如无菌纸包、PET 瓶，这是公司和同业相比最大的不同。但公司在发展过程中，是随着客户共同成长的，选对了客户，从而占据较大的市场份额。公司通过这两个优势在早期覆盖整个市场的新品类、新客户，或者老客户的新品种，希望在这个全覆盖的范围内，在未来走出第二个六个核桃或王老吉。

**问题 16：上半年由于原材料价格的持续高起等因素，导致公司上半年的毛利率较去年同期出现了一定程度的下降，请问基于当期这个时点来看，随着原材料价格的回落，公司对下半年的毛利率有没有大致预期？**

**答：**影响毛利率的因素，一是定价，二是单位固定成本，特别是灌装业务单位固定成本占比较大，两片罐、三片罐的话，也有较大影响。上半年规模的影响更大，提价不足的部分影响更小，下半年希望提价不足的因素会朝对公司有利的方向发展，最终还是取决于开工率，起码要达到一个平衡点，边际收益高的话毛利率就会上去。定价因素目前对包材企业来说比较有利，因为价格在下跌，但最终毛利率能否有大幅度上涨还是取决于规模。

**问题 17：无菌包装和 PET 瓶这两块业务的进展以及产品的利润率怎么样？**

**答：**无菌包装和 PET 瓶相对来说是公司弱势的业务板块，无菌包装的规模相对较大，主

证券代码：002969

证券简称：嘉美包装

债券代码：127042

债券简称：嘉美转债

要是饮料和纯乳，纯乳应用是最大的，在饮料方面，饮料客户是公司的优势，金属包装的饮料客户基本都有无菌包装和 PET 瓶的需求，所以公司着重发展这两块的业务，也是提高公司销售的产能利用率。无菌包装以及无菌包装的灌装目前公司相对来说在代工企业里算是比较有优势，基本覆盖了目前比较火爆的品牌的客户的代工需求。公司的 PET 瓶目前是比较小的规模，如果公司的客户有这方面的需求，公司也会继续增加投入。

**问题 18：也就是说公司 PET 瓶这个板块目前还是维持现状，后续取决于客户需求。那么无菌纸包后续会加大投入吗？这块的利润率怎么样？**

**答：**公司可转债投入了一个无菌纸包的募投项目，投产之后会有 50 亿包的产能。

利润率都是公开数据，目前无菌纸包的行业利润率在 20%左右，比金属包装的利润率高。但由于公司没有那么大的无菌纸包生产规模，因此没有达到这么高的利润率。

**问题 19：据了解，目前两片罐整个行业的整合趋势比较明显，公司有没有感受到整个行业对下游议价能力的提升？**

**答：**整个行业原来是三个跨国公司，即玻尔、皇冠、太平洋，和宝钢包装，基本占据整个市场。随着中粮包装、奥瑞金、昇兴股份等这些原来只做三片罐的企业都开始投入两片罐之后，整个价格战打得比较激烈。在两片罐领域，公司占据碳酸和啤酒的份额较少，主要是以凉茶为主。从公司客户每年的投标来看，大家都有提高利润、提高价格的意愿，希望回到行业的正常利润水平。

**问题 20：罐化率这方面有没有行业的最新进展可以分享？**

**答：**我们最主要的感受是这几年的啤酒订单确实是在提升。

**问题 21：分品类来看，公司对每种产品的长期定位以及未来期望达到的收入占比是多少？**

**答：**这还是取决于客户需求，没有明确目标。当然我们希望未来爆款的品类是公司的优势板块，比如三片罐或者两片罐，公司就不需要再去进行新的投入，边际收益会更大。但如果是公司的弱势板块，比如目前比较火爆的 1L 无菌纸包，公司就需要增加投入，负担就会更重。

**问题 22：公司现有的产能以及未来规划的投产节奏大概是怎样的？**

**答：**三片罐公司 80 多亿的产能完全足够，是为了适应植物蛋白饮料这种淡旺季的需求，开工率最好是 60%，目前是 40%多，目前区域布局都已经很完善。未来希望淡旺季不明显的客户比如能量饮料客户可以多拓展，提升产能利用率，对公司来说边际收益就很高。

证券代码：002969

证券简称：嘉美包装

债券代码：127042

债券简称：嘉美转债

二片罐领域，公司目前只有西南一个生产基地，目前也有正在投入的鹰潭项目。这几年整个行业的毛利率和 ROE 有一定程度的提升，后续还要看整个行业的竞争态势以及市场需求状况，以及公司是否可以达到更高的份额，来确定是否要增加投入。两片罐公司目前是 10 亿罐的产能，如果鹰潭项目投产会增加 16 亿罐，合计会有 26 亿罐的产能。

无菌纸包方面，目前是 25 亿包的产能，募投项目投产后会增加 50 亿包的产能，合计会有 75 亿包的产能，足够满足覆盖范围客户的差异化的需求。PET 瓶目前是 3 亿多的产能，灌装是 2-3 亿的产能，占比较小。

目前公司投入最大的是饮料生产板块，占非流动资产的 50%左右，饮料生产代工做到一定规模本身就是可以盈利的，也会有开拓市场、开拓客户、增加客户粘性的附带功能，公司主要通过饮料生产代工业务作为战略抓手，饮料生产是 60 多亿的产能。

**问题 23：公司有一部分的新增产能，这是和大客户协商的结果吗？公司对消化这些新增产能的计划是什么？**

**答：**新增产能是配合市场趋势。两片罐是基于公司的灌装优势以及后发优势，公司有王老吉灌装，公司有优势拿到一部分份额，加上鹰潭这个基地啤酒的竞争状况没那么激烈，并且公司覆盖的运距相对来说有优势。无菌纸包是基于公司的客户优势，主要是公司的饮料客户的需求，包括六个核桃、王老吉等。

**问题 24：您觉得公司未来有期望向无菌纸包方向切换吗？**

**答：**利乐的无菌包份额从 90%多的份额下降到 60%多，释放出巨大的市场空间。在饮料方面，包材可以有多元化的选择，饮料方面使用其他品牌的更多。纯乳市场目前来看也有机会，因为现在不存在垄断，这个市场比起金属包装来说数量上大很多。

**问题 25：公司未来有开拓这方面客户的计划吗？比如蒙牛、伊利等？**

**答：**蒙牛、伊利也都是公司的客户，他们的小众品类有在公司代工或使用公司的包材，公司基本没有纯乳客户，因为标准不一样，公司原来用的设备不太符合纯乳的验厂标准。但后续增加了很大的产能，公司有计划往这方面拓展。