

## 上海海顺新型药用包装材料股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-005

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 <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：线上交流活动
参与单位名称及人员姓名	东北证券——莫然 汇丰普信基金——赵洋
时间	2022年11月11日（周五）10:00—11:00
地点	公司大会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书——杨高锋 证券事务助理——叶骏超
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-indent: 2em;"><b>问：公司分哪几块业务，能大概介绍一下吗？软药包竞争格局分散，为什么？</b></p> <p style="text-indent: 2em;"><b>答：</b>药包行业随医药行业波动而波动，整体稳中有增。药包行业从材质上主要分为金属、玻璃、塑料、橡胶及其组合等，我们的产品属于复合材料，延展性强，品类较多，大类上主要分为软包装和硬包装。</p> <p style="text-indent: 2em;">药包行业比较分散主要是因为由于下游药厂较多，导致药包小厂较多。当然药包行业的质量标准也是在逐步提高之中，所以在前几十年粗放式发展过程之中，门槛较低，导致大量参与者进入。不过集采之后，可能会导致上游药包行业格局出现变化。因为集采会导致下游重新洗牌，药厂少了的话，药包材厂也会集中。同时集采之后，小的药包厂产能和质量跟不上药厂的要求，药厂可能会更换供应商，给头部的企业带来更多的机会。另一方面，随着环保要求的提高和产业升级的要求，小的药包厂的生存空间更小，像玻璃、金属</p>

的药包细分行业，监管对环保和能耗的要求提高，市场已经出清，竞争格局相对明了。

**问：药包的增长是老客户的增加，还是新客户的增加？**

**答：**经过 18 年的发展，公司累积了 2000 多家客户，80% 的国内工业医药百强都和我们有合作，当然每年我们都有一两百家新增客户，医药客户网络覆盖比较广。所以我们公司的基本盘是存量客户，要做到公司营收的增长，我们在存量客户自身要下好功夫，做到单品类采购份额提高，多品类导入，这样完成我们的增长目标应该问题不大。

**问：集采对药厂的利润率有影响吗？对我们的利润率有影响吗？**

**答：**集采对药厂的影响还是比较大的，有的药厂可能以价换量，有的甚至丢失份额。对药包厂来说可能还好，一方面药包材占药品成本非常低，弹性小些；另一方面药包有一定的行业溢价，因为药包行业比一般的制造更复杂，比如生产的定制化、客户导入程序比较复杂，安全要求更高等。所以毛利率比一般消费包装高些是正常的。

**问：相关评审需要多久？**

**答：**一般做相容性试验需要 6 个月左右，和客户做关联评审需要 3 个月左右。

**问：一般药厂有多少供应商？**

**答：**一般药厂单个品种的采购可能也会保证 2 到 3 家供应商，但是关联的药包厂数量越多的话，时间成本和试验成本越高。所以供应商可能会有 A、B 角，以防供应或质量出问题时可以随时切换。

**问：如何看外延的方式发展？**

**答：**公司上市之后也有发展外延式的路径，比如收购浙江多凌、苏州庆谊、石家庄中汇，参股上海久诚等。这些公司经过我们的整合，焕发了更好的发展潜力。目前公司的发展重心还是内生式发展，要把定增和可转债项目经营好需要

花费我们更多的精力，但是值得，随着这两个项目的逐步落地，我们将站上更高的台阶。当然如果有好的药包标的，我们也会看看。

**问：你们未来的产能规划？**

**答：**公司 2021 年产能是 3.2 万吨，今年的话增加至 4 万吨左右。明年下半年定增的项目将逐步投产，设计产能是 1.8 万吨。后年我们的可转债项目也将逐步落地，可转债项目为 1.2 亿平方米铝塑膜和 3 万吨的功能性聚烯烃膜材料。铝塑膜是三年建设期，功能性聚烯烃膜材料是两年建设期。我们的产能规划还是和我们的发展战略及市场需求适配的。

**问：功能性聚烯烃膜材料的作用是什么？**

**答：**功能性聚烯烃膜材料其中一万吨是自用，用于生产铝塑膜的 CPP 膜材料等。一万吨是生物反应膜材料，是用来生产一次性生物反应袋或储液袋等所用的膜原材料。一万吨是多层共挤膜，用于食品、消费电子、医疗器械等包装。

**问：新能源的铝塑膜已经有产量了吗？**

**答：**公司从去年四季度开始就给客户送样，到今年 5 月前后部分产线安装完成，测试客户越来越多，其中部分客户已经开始中试了。对电池厂来说，一般测试几批产品才能核查出产品的稳定性，这些需要一定的时间认证周期。当然 3C 数码类的推进比较快一些，而动力储能类客户目前有的处于技术交流阶段，有的已经在测试，动力电池的导入周期一般需要一年左右。我们首先要保证产品品质，目前铝塑膜市场竞争格局是高端的产品不愁卖，低端的产品竞争力弱。

**问：铝塑膜是不是有很高的技术门槛？未来的技术发展路线是方壳还是软包？为什么？**

**答：**铝塑膜是锂电池产业链中最后一个被攻克的原材料，之前铝塑膜市场一直被日韩垄断，日韩技术封锁的比较好，而且他们在国内主要是代销模式，成本就比较高，远远满足不了国内新能源汽车市场的迅速增长。而国内动力电池厂要

突破封锁，干脆另走蹊径，发展起来方壳型封装。但是随着国内锂电池的需求迅速增长和锂电池的技术迭代，铝塑膜又被市场重视起来，主要是国内铝塑膜技术的发展和规模化的生产，铝塑膜的成本大幅降低，另外软包电池也有能量密度高、安全性好等特点，对下游新能源汽车也有吸引力。上半年方壳型电池装机量增长 100%以上，而软包电池装机量增长也在 70%以上。未来如果锂电池发展到半固态或固态，软包技术路线无疑是最合适的。所以现在包括宁德时代、亿纬锂能等都组建了方壳型和软包型产线。

**问：药包行业的天花板是什么情况？**

**答：**目前国内医药制造行业是万亿级别市场，大约 2 万亿以上，而包材约占医药制造成本的 5%左右，按照这个测算，国内药包材市场也在千亿以上。对我们来说，我们相关的产品市场规模在 150 亿到 200 亿，但这个天花板是可以上升的，随着我们公司产品种类的增加，公司药包覆盖的范围更广。

**问：今年贵公司还增加了什么品类？**

**答：**今年我们公司在药包方面新增了试剂包装、精准给药装置、高性能瓶等产品。在新能源包装方面，我们布局了铝塑膜产线。当然我们一直也在往原材料端扩展，像奶酪棒生产用的 PS 片材我们也在做。

**问：销售增长的预期是？**

**答：**过去几年我们在主营药包市场都能保持两位数的增长，从未来产能和市场来看，药包这一块业务我们还是很有信心的。如果再叠加我们在新能源、新消费等领域的拓展，我们希望给投资者一个满意的答卷。

**问：人员扩张的情况？**

**答：**2021 年的时候公司是 700 多人，截止今年三季度 800 多人。我们在研发、市场、生产等方面为公司未来的发展储备了足够的人才。

**问：公司估值是不是低估了？**

	<p><b>答：</b>估值是市场说了算，但对我们公司来说，首要的是把公司经营好，把业绩做上去，才能花自不语，暗香徐来。我们希望股东和公司一起成长，一起分享。</p> <p><b>问：新消费的产品何时可以放量？</b></p> <p><b>答：</b>在新消费领域我们也是最近两年布局，是从0到1，只要抓住主要客户，就有可能实现爆发式增长。消费市场包装材料的特点是需求大、容易规模生产，且不需要像我们药包这样去做关联审评。</p> <p><b>问：海外市场的考虑？</b></p> <p><b>答：</b>今年我们海外市场增长还不错。为了抓住海外市场的机遇，公司吸引外贸人才，壮大外贸团队，布局外贸营销网络，争取更多市场份额。</p>
附件清单	无
日期	2022年11月11日