

证券代码：301062

证券简称：上海艾录

上海艾录包装股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-004

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 checked="" type="checkbox"/> 其他：线上会议
参与单位名称及人员姓名	华安证券：马远方、马语晨、黄玺 国盛证券：杨润思 汇丰晋信：赵洋 南方基金：车育文 泓澄投资：丁力佳 中庚基金：熊正寰
时间	2023年1月18日 13:30
地点	线上会议形式
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理：陈安康 副总经理兼董事会秘书：陈雪骐 证券事务代表：林雨竹
投资者关系活动主要内容介绍	<p>问题 1：公司拟进入太阳能光伏背板的细分赛道，与公司原有的业务是否存在技术上的迁移和协同效应？</p> <p>答：公司目前的业务产品线主要往环保可回收、食品安全相关以及新能源赛道方向布局和发展。公司现有的纸袋产品、PS 及同质化（PET 材质）奶酪片材与食品安全密切相关，且大部分产品满足环保可回收的可持续发展规划。本次切入新能源细分赛道的光伏背板，主要采用 PET 双面涂覆低氟涂料，烘干成膜的技术。公司在纸袋产品内膜及奶酪膜片材的多年生产、研发、技术迭代中掌握了自有的核心技术、生产工艺及研发能力，且在印刷、干燥、流延、挤出、复合等全流程的生产环节具备特有的生产和管理模式，以上生产模式、工艺技术同样基本适用于光伏背板产品，与公司现有的主业相匹配。</p>

问题 2：切入新能源赛道的契机，为此的准备工作？

答：公司早在 2020 年末 2021 年初成立了产品创新中心，负责产品从 0 到 1 的市场调研、研究开发，与公司研发中心发挥协同作用。产品创新中心的主要职责是从公司现有业务体系出发，寻求与公司现有主业相关、工艺技术匹配度高的新型产品的研发，自 2021 年起主要开拓方向如上所述的环保可回收、食品安全相关以及新能源赛道，其中新能源赛道包括太阳能背板等产品的研发。

公司在新能源赛道选取与公司现有主业及工艺相匹配的领域内产品市场调研、潜在客户走访、产品开发测试中逐步确定了本次光伏背板业务的立项审议，同时引入了专业的技术团队及销售团队，为公司提供技术和销售支持。

问题 3：目前光伏背板业务开展所处阶段和未来的进度？

答：公司本月初审议通过设立控股子公司艾录新能源开展光伏背板业务的议案，目前艾录新能源已经成立，厂房选址已经确定，春节后开始厂房的装修、第一批设备的购置调试以及产品大样送至客户处进行测试，以上流程大致需要 5-6 个月左右的时间。约在 2023 年下半年正式投产，后续会根据该业务的运行状况和新产品的研发进展动态调整产能投放方案。

问题 4：光伏背板目前的竞争格局？

答：光伏背板市场目前相对是一个蓝海市场，背板的材质、工艺技术处于不断迭代的进程中。该领域国内 A 股上市公司主要包括赛伍技术、中来股份、明冠新材等。

问题 5：光伏背板方向的技术储备？

答：现阶段艾录新能源主要生产的是低氟 CPC 背板，部分的黑色背板，同时在聚烯烃类背板、无氟 CPC 背板进行了深度研发，会根据未来背板市场的发展路径对产品升级迭代。

问题 6：奶酪棒片材的发展历程？该类包装的竞争格局？公司作为国内具有大规模生产 PS 奶酪膜能力的企业，竞争壁垒有哪些？

答：国内奶酪棒产品刚上市的时候，包装的片材 100%都是国外

进口，国外片材进口交期较长，账期短，使得国内奶酪棒客户的业务发展受限。在这样的背景下，公司在 2018 年 4 月收到妙可蓝多的相关产品包装开发需求。该客户希望就直接包装“奶酪棒”包装膜进行国产化，且交货时间和产品价格都希望相较国外供应商有所改善。公司接到客户要求后成立了专项研发小组展开研究，通过多次小试中试后最终在 2018 年末研制成功 PS 片材并且开始批量供应。后面经过不断的技术迭代、配方升级、同质化材料开发，目前形成了 PS 冷链、常温奶酪片材，可回收的同质化 PET 奶酪片材的产品格局。

目前市场上除了公司的 PS 片材、同质化片材，还有一类 PVC 材质的片材，这类片材因为材料本身含氯所以公司没有进行相应的研发。公司目前合作的奶酪棒客户主要包括妙可蓝多、蒙牛、伊利、奶酪博士等头部乳品公司。

主要的优势包括：大规模生产的先发优势、食品安全保障和 GMP 生产环境优势、全流程高产出低报废率的生产优势、合理的付款方式及账期的信用政策优势、专利权覆盖优势等。

问题 7：工业用纸包装国内和国外竞争格局是否有差异？

答：纸袋业务方面国内与国外竞争格局差异较大。国内纸袋市场进入门槛较低，相对分散，从手工折纸糊底的纸袋到高精度设备规模化生产的纸袋，技术水平、生产工艺、管理模式参差不齐。公司每年稳定合作的客户维持在 600 家以上，且以化工、建材、食品（乳品）、医药中间体行业世界 500 强企业及国内外上市公司居多，在高端纸袋领域具有一定的话语权。

国外纸袋市场相对来说比较集中，且头部的供应商主要聚焦的市某个细分领域的纸袋生产。比如蒙底（MONDI）主要聚焦于水泥、建材、化工领域纸袋；安姆科（AMCOR）主要聚焦于乳品奶粉一类的纸袋生产。

问题 8：公司工业用纸包装未来提升市占率的路径？

答：主要有两种方式：一种是公司客户转介绍、参加展会、参与招投标提升在原有客户处的业务量以及开拓新客户；另一种方式为近

	<p>年来公司所合作的客户通过产业链的整合（收购兼并）以及自身产能扩张，鉴于头部客户对高端纸袋产品质量及供应量的需求，这部分新增的市场容量也会纳入公司的产量中。</p> <p>问题 9：工业用纸包装和奶酪膜片材未来的产能规划？</p> <p>答：基于未来对国内外客户纸袋产品的需求判断，公司本次拟发行 5 亿的可转债主要用于纸袋业务的产能扩张，其中 2 亿用于购买纸袋生产产线。奶酪棒片材业务方面，公司目前的产能能满足现有奶酪客户的需求，暂时没有进一步扩产能的规划。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 1 月 18 日