

证券代码：300501

证券简称：海顺新材

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：2020-007

	<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	东海基金-陆广军、苏昭宇、胡洁玮 彬元资本-吴晨、钱璿、罗凯 建信基金-杨建楠 上海诗坤投资-王刚 中金证券-李璇 粤开证券-王晶
时间	2020年11月16日 15:00-17:00
地点	公司会议室
上市公司接待人 员姓名	董事长、总经理——林武辉 董事会秘书——杨高锋
投资者关系活动 主要内容介绍	问答环节 问：这两年药包行业有什么变化？ 答：这两年，监管在土地供应、行业准入等方面有意识地进行供给侧调整，而在需求侧通过一致性评价，药包材标准列入药典等政策把控药包材质量，两方面促进了药包行业趋向集中。 问：单一客户对药包材的选择比较分散吗？ 答：单一客户的供应商相对比较分散，这个有历史原因，主要是每个品种要做切换的时候首先要做稳定性试验，前后需要八九个月；其次要到省级药监局做备案变更，比较麻烦，所以药厂一般就延续供应商。医药行业蓬勃发展有三十多年了，我们

公司成立到现在也就十多年，现在做市场主要靠一些新的产品，也有部分老产品替换。这两年 CDE 在一致性评价上面把控比较严格，发生了多起因为药包材而退审或者补材料的案例，而我们产品的价值就体现出来了。

问：公司发送的授权信和销售的关系？

答：一般是客户买了我们的材料，我们才会发授权信，通常他们做稳定性测试的同时会要求我们提供授权信，他们做好数据再一起提供给 CDE。从周期上来讲一般从发授权信到商业采购要八九个月，这个取决于客户的市场推广能力、申报是否顺利等。

问：药厂怎么选择药包材客户的？

答：一般先是在原有的供应商体系里选择，第二就是关注药包行业里哪些做得比较好，新开发供应商一般先做供应商审计，综合评分通过了之后再打样上机，然后再考虑多品类使用。

问：公司怎么去开发市场？

答：主要有几条主线：一、主动去做研发的工作，结合客户的产品和设备去做技术的宣讲和服务，通过这种接触，客户了解我们的产品和品牌后就会有选用的意向；二、我们走了很多渠道，比如设备厂商，他们也希望用好的材料来调试他们的设备；三、我们平时多方宣传；四、经过多年积累，公司有广泛的客户群体，目前已有客户 2000 个左右。随着信任的建立，客户也会逐渐选择我们更多的产品。

问：公司技术上有没有独家核心产品？

答：独家生产的没有，但是同样的产品做出不一样的品质，我们会有差别。其实大类上很难有大的突破，在应用上会有差别，比如这次定增我们就采用了 COC/COP 等新材料来应用在药包上。

问：公司产品的定价策略是怎样的？

答：主要取决于竞争关系，但总的来说，我们药包行业还算比

较稳定，客户对品质、稳定性还是比较追求。

问：公司和华海订单的执行情况如何？现在有没有类似订单？

答：目前在正常执行，我们预计执行周期是一年左右，最终取决于它的市场。今年我们也有一些订单增长的客户，但是没有达到像华海这样要披露的标准，他们想稳定品质，而且也想通过订单量来锁定价格上的优惠。

问：药包行业在新材料上有什么趋势？

答：现在主要是几个方向：一个是高阻隔性，过去国内高阻隔材料用量比较少，不到印度的 1/4；二是低吸附、低迁移的材料，因为材料的稳定性添加剂要更少一些，过去是测试主要成分，微量成分没测，现在是要测四条“曲线”，微量元素会影响这四条“曲线”，所以市场对低吸附、低迁移的要求会更多些；三是功能性，比如现在对儿童保护等要求逐渐增多；此外就是一些新的包装形式，不同的给药途径对药包材的要求是不同的。

问：和华海药业的订单有没有再提升的可能？

答：我们和华海合作的品种是越来越多，比如一些新开发的品种和后面要做一致性评价的品种，都是以我们为主。因为大家合作得都比较顺利。

问：你认为在这个行业竞争是什么最重要的？

答：首先是质量，其次是技术服务的能力，当然成本也非常重要。

问：公司给客户的价格是一年一签还是怎样？医保降价对药包材价格有什么影响

答：一般是签全年合同，但是也会注明如果原材料价格有明显波动，大家再另行协商。大家都比较友好，价格传导比较畅通。因为药包材在药品的成本里占很小，其实医保更多的是砍掉了渠道的费用，对我们来说，价格还算比较稳定，我们会客观地会和客户陈述价格和成本的匹配度，客户也能接受。现在我们

的净利率水平比较平稳。

问：现在环保要求提高，老厂改造去适应新的要求，每年的生产成本有提高吗？

答：环保方面我们算一次性投入，投入有几千万，投入之后，我们回收的溶剂和热能基本能够打平我们的运营成本，不用再增加投入。

问：国内复合类材料有多大市场？国外有没有向国内转移的迹象？

答：国内复合类材料大概有 200 亿左右,其实我们现在的工装水平、产品质量已经和国外差不多了，尤其是新建工厂，甚至比国外做得更好，但是欧美普遍有认知偏差，觉得国内的质量较差。现在我们不断地有突破，通过国内地外资企业先建立信任关系，比如诺华制药，在和我们合作了三四年之后今年就把我们纳入到全球供应的可选名单里。

问：冷铝行业市场有多大？增速怎样？

答：冷铝市场有增长，但是整体占比较低，从行业趋势来讲，现在国内医药运输半径放长，对药品保质有更高的要求，高阻隔材料就可以满足；另外批次生产成本提升了，库存的周转率拉长了，对材料的要求也会提高。综合来看，高阻隔的材料会越用越多。

问：公司有没有往其他品类拓展的规划吗？

答：首先是做好现有的产品组合，现有产品的产能还是很大潜力去挖，我们在现有客户的采购占比有很大提升空间；其次产品品类我们也有去做一些拓展，比如今年我们会在口服的瓶子或者注射的瓶子会有一些投入。

问：公司的募投项目能否简单介绍下？

答：本次定增项目主要是三个产品，一个是冷冲压成型铝，目前产能利用的差不多了，我们预计国内外增长会比较快，所以我们定增也将新增几千吨冷冲压成型铝的产能；第二个是复

合类的产品，它既要有高阻隔性，还要有可回收性，平时我们用的药品颗粒袋子是不能回收的，它含有铝箔，没法分离。我们做的材料是单一结构，又要做到接近铝箔的阻隔性。这个应用就是口服液，当然固体包装也没问题；第三个产品是我们液体和固体的瓶子，一般的瓶子我们也在做，但这个募投项目主要是做注射类的瓶子和是做带功能性的瓶子，比如阻氧、租水的高阻隔瓶子。

问：多层共挤高性能瓶比西林瓶成本如何？国内还有其他在做这种瓶子吗？

答：多层共挤高性能瓶比西林瓶的成本贵好几倍，主要是原材料太贵了。但是它在一些偏碱性的环境下，比中性硼硅要好。国内之前也有人试图在做，但是可能时机不成熟，或者市场引导不是很强，国内需求还没上来。现在一方面中性硼硅欠缺，肯定会找替代产品，另一方面现在的生物药越来越多，对于偏碱性的药物，中性硼硅不是很好的选择，所以国内需求就体现出来了。

问：募投项目有向食品方面转向吗？

答：我们一直在探索怎么能更好地材料应用。募投产品可以用在一些高端的食品上面，因为我们的产能会立马释放出来，短期内要消化募投产能，可能在食品方面要分一部分，食品的要求会比药品低一些，不过后期我们还是转回药品包装的。

问：募投项目对设备有没有特殊要求？募投的进度如何

答：项目对蒸镀设备要求是比较高的，目前也就几家设备厂商可以做到。其二募投项目对材料要求也是比较高，比如说怎么能找到最合适的涂层，而且涂层成本对产品成本影响很大。我们希望明年上半年能够募集到位，建设周期大概一年半，现在我们做一些前期试验，设备厂商也愿意让我们去他们实验室去做。

问：Aclar Edge 简单介绍下？

答：目前霍尼韦尔还在做工艺测试，50 毫升以上的已经做出来了，50 毫升以下的还没出来。他们希望到时候把工艺包给我们来商业化。Aclar Edge 主要应用在一些中性硼硅不适合的环境，阿克拉比 COC/COP 稳定性更高，价格更高。

问：化妆品包装板块介绍下？

答：化妆品这几年增长速度还是不错的，尤其是国内的网红品牌，这反映了我们国内文化的自信，现在大家更强调的是自我感觉。我们上海久诚包装主要是做面膜、晚霜、日霜等的包装，这两年增长不错，净利率也能达到 18%左右，产能满产，很多订单都来不及接，所以我们南浔一期就优先给它用。

问：子公司石家庄中汇介绍下？

答：从订单来看，中汇有增有减，瓶子增长比较多，铝塑组合盖就有所下降。总体来看，中汇销售额基本持平，但是利润会有改善，估计能有大几百万的利润。中汇效率的提升有几个因素，比如采购成本有下降，今年我们引进人才把它的技术瓶颈给打开了。明年效益应该会持续提升。

问：公司未来是否还会考虑外延式发展机会？现在收购的公司对我们有没有互补？

答：这个主要看缘分，我们也会关注一些和我们行业匹配度比较高的公司。从互补的角度来看，首先是渠道共享，客户是可以共同开发的，另外工艺上区别会比较大，明年我们多凌会起到比较大的作用，现在我们做冷铝的 PVC 材料全都是外购的，明年我们就会自己自足的，这样在配方的调整上将更有灵活性，更能巩固我们冷成型铝的地位。

问：公司增长的同时毛利率能不能保持平稳？

答：正常来说，应该要增长，但是为了要提升市场份额，我们可能将集中生产量扩大带来的一些节约让渡给客户，我们尽量争取公司利润的稳定性。

问：公司的产能利用弹性大吗？

	<p>答：有一定的弹性，因为现在我们的设备 OEE 是比较低的，我们的产品大都是定制化产品，有时候准备时间比开机时间还长，对产能有一定影响。如果订单集中的话，我们的产能有一定的空间可以改善。</p> <p>问：我们在主要客户采购中占比如何？</p> <p>答：不同的客户不同比例，有一些大的客户有 70%—80%，有一些 10% 不到，但总的占比还是比较低的，全国医药前 100 强，有 79 家和我们合作，如果我们的产品在每个客户采购上都占比 50% 以上，那我们就是非常可观的，其实趋势是比较明显的，以前我们靠滚动发展，硬件水平并不突出，这两三年公司品牌通过上市后的投入开始和对手慢慢和拉开差距。</p> <p>问：化妆品包装比较大的客户有哪些？</p> <p>答：其实久诚还是和很多一线品牌有合作，比如欧莱雅，联合利华，百雀羚，韩束等，因为产能有限，它只好选一些优质的客户来做。另外它有一些区位优势，离东方美谷比较近，周边有这种规模的没有几家。</p> <p>问：未来几年公司有什么大的规划？</p> <p>答：第一是在品类上，这次募投项目的三个产品是我们的主攻方向；第二是化妆品包装板块我们希望有个长足的进步；第三我们子公司多凌药包成长的空间也会比较大，我们正在进行一些改造，差不多也要完成，明年应该有比较好的贡献，除此之外，我们也会关注新型材料的发展方向，我们希望在一些新的材料应用上面能够领先一步。</p>
附件清单	无
日期	2020 年 11 月 16 日