

# 上海永冠众诚新材料科技（集团）股份有限公司

## 关于机构投资者调研的会议纪要

**调研时间：**2021年2月1日 10:30-12:00

**调研地点：**公司会议室

**调研方式：**座谈

**参与机构：**兴证全球基金-张睿、兴证全球基金-翟秀华、兴证全球基金-朱喆丰

**公司参与人员：**董事长吕新民、董事会秘书杨德波、财务总监石理善

### 调研活动主要内容

**第一部分：**介绍及深入试用公司主要产品，随后分享了公司的发展历程、竞争优势、行业地位以及最新动态等内容。

**第二部分：**公司解答提问，主要提问及解答如下：

**提问 1：**在全球范围的疫情影响下，海外胶粘带客户的需求是否有波动，公司的市场份额是否受到影响，胶粘带行业的整体格局是否产生了变化？

**回答：**疫情对于我们是一个机会。疫情爆发初期，胶粘带行业普遍停工，我们是行业内第一家拿到复工许可证的企业，先于同行最早恢复生产，第一季度销售额较上年同期有所增加。夏季国内疫情逐渐缓解，市场需求迎来了一个小高峰，公司第二季度、第三季度的销售额进一步提升。

2020年7月台湾 Alpha Beta Global Tapes 关停，公司接手了其部分客户，提前投资了一些美纹纸胶带生产设备以扩大产能。至2021年春节后新增美纹纸胶带生产设备将陆续投产，随着设备的逐步投产，可缓解手上美纹纸订单积压情况。

2020年度，公司的总体市场份额仍在增长，原有客户几乎都保持合作。但受中美贸易战影响，美国市场的销售额占公司总销售额的比例由10%降至6.5%左右，这是难以避免的。为应对旷日持久的中美贸易摩擦，公司在越南海防规

划有一个生产基地，一期项目通过租赁厂房并配套进口现有生产设备的方式实现快速开工、生产并完成接单出货任务，二期项目通过购置土地并自建厂房方式同步进行生产规模拓展。截止目前，公司一期项目已顺利实现既定目标，陆续完成北美客户的验厂、出货等任务并逐步增加订单数量，二期项目厂房目前处于建设阶段并计划于 2021 年年中左右实现投产。相信越南生产基地全部投产后，美国市场的销售额会逐渐恢复正常。此外，受海运费暴涨影响，欧洲个别客户中断合作，但总体影响不大。

公司目前体量已初具规模，产品品类丰富齐全，且积极响应加大内循环政策号召，国际、国内市场布局更加均衡，在 2020 年度疫情影响下仍然保持了销售额的较大增长。

**提问 2：可以看出胶粘带行业仍然景气。在此行业背景下，公司预计未来整体增长率如何？**

回答：公司在之前的两三年内做了很多打基础的工作，例如对公司所有生产及业务管理实行信息化，对产品的高端发展布局了新的事业部，对产能的布局扩充了充足的设备，对生产智能制造改造升级也在进行当中，为公司未来三到五年的增长提供了扎实的保障。同时，行业内环保设施投入不到位及落后产能的企业将被逐步淘汰，配合公司技术水平及产品市场竞争力的优势，公司对未来增长信心十足。

**提问 3：关注公司历史毛利率存在波动，2020 年的人民币大幅升值，第四季度原材料价格也显著上涨，也会对公司毛利率产生影响，请问公司采取了什么应对措施？**

回答：首先，原料涨价及汇率波动的问题是全行业的问题，公司业务保持的正常良性的增长。其次，公司外部通过分批多次提价的方式逐步将价格波动传导至下游客户。第三，公司内部通过技改与信息化对产品成本进一步优化与管控。第四，公司通过一些外汇衍生品的投资及套期保值工具来规避和防范汇率及原料波动的风险。截止 2020 年三季度公司在运用外汇锁定等工具方面取得了较好的成效。2017 年公司克服了原材料涨价及人民币升值的双重压力，2018 年仍然实现快速增长。面对同样的境况，公司有经验、有信心继续保持良性增

长。

**提问 4：公司在成长方面的发展战略，例如产品升级、绑定大客户等，作何侧重？**

回答：我们的发展战略首先立足根本、稳住根基，把四大传统胶带产品（布基胶带、美纹纸胶带、PVC 胶带、OPP 胶带）不断优化、做大做强。在此基础上，公司开拓创新，拓展工业胶带市场和医用胶带市场，2020 年成立汽车线束胶带、医用胶带等事业部。线束胶带产品已获得 IATF 16949 质量体系认证，线束和医用胶带产品已开始销售。但是，公司还需完成汽车主机厂质量认证和医用产品 GMP 体系认证，过程比较缓慢，预计耗时 1 年至 1 年半。在获得重要客户的认证、取得突破口之后，其他客户的认证将会变得容易。在获取相关认证之前，公司的汽车线束胶带产品目前主要销往主机厂的二级供应商，医用胶带产品目前主要为国内较大的医用胶带同行做材料配套。结合公司的产业链整合能力、行业影响力及技术研发能力，相信公司几个事业部未来将会有较大突破。

品牌推广也是发展战略中的重要一环。公司利用拓展海外市场所积累的 ODM 经验，逐渐与国内商超建立合作关系，并且积极参与大型饮料企业的胶粘带项目竞标。在一到两年内，公司将在欧美寻找有意出让的胶粘带品牌并考虑收购，以及考虑在美国设立生产和仓储基地。现阶段国内市场对于基础胶粘带产品的品牌意识薄弱，小规模胶带厂甚至夫妻店，购买半成品后经过复卷、分切等简单的后道工序，加入印制自有品牌的纸管管芯，依靠灵活的定制规格、周到的服务，覆盖方圆几十公里的客户市场。但由于部分小工厂的合规性及社会责任这方面一般会做的不到位。公司作为上市企业，严格规范操作，结合公司的行业的影响力、品质管控度、大牌 ODM 经验及公司的线上线下的全面布局投入，同时通过加强宣传及市场互动，希望通过长期的努力建立公司产品品牌产品的市场影响力。

2021 年度，公司控股子公司江西振冠环保可降解新材料有限公司成立，发展可降解胶带产品，进一步开拓胶带产品品类。公司自主研发的环保可降解胶带，由专业机构按照国标进行检测，经过 64 天分解效果达到 62%，降解效果完全满足标准，同时在产品成本方面及使用性能方面具有比较明显的优势，产品

前景无限，随着后续公司环保可降解胶带逐步投产，该产品将逐步打入市场。

**提问 5：公司可转债项目中仍然选择投资基础 BOPP 胶带产品的原因是什么？**

回答：把四大传统胶带产品不断优化、做大做强是公司发展的基本盘。OPP 胶带属于通用型日常用品，是产销量最大的一类胶带，OPP 胶带的消费量占整体胶带消费市场的 60%以上，市场规模巨大。随着公司对 OPP 胶带产能的扩大及产业链的延伸，公司 OPP 胶带产品的市场竞争力将进一步提升，毛利及收入水平有望进一步增加。公司上市后，重视并大力发展 OPP 胶带，除了本次可转债项目山东基地建设项目之外，公司自筹资金先后引进四条 BOPP 全球领先的德国布鲁克纳拉膜线，抢占 OPP 胶带产业链前端的利润。第一条生产线已在江西生产基地正式投产，目前稳定运行。第二条生产线位于山东基地，预计 2021 年底投产，先期主要生产 OPP 膜。第三、第四条生产线仍然位于江西基地。四条 BOPP 拉膜生产线全部投产后，OPP 膜产能总计 22 万吨/年左右。

**提问 6：OPP 膜 22 万吨/年的产能彻底释放之后，公司在销售方面如何布局？**

回答：公司已做好相关布局。自 2019 年年中起，公司开始接受 OPP 胶带半成品订单，使用的是外购 OPP 膜。半成品胶带在市场上供不应求，但利润较薄。2021 年 1 月 31 日江西基地第一条 BOPP 拉膜生产线已经投产，每年产出 6.1 万吨薄膜，将替换外购薄膜，产生较高利润，但不增加 BOPP 胶带产品的产量。第二条生产线将于 2021 年底投产，生产 OPP 薄膜计划先销往山东当地各胶带加工厂。相较于目前，第三条 BOPP 薄膜生产线投产将同步配合后道 BOPP 涂胶线的扩产节奏，增加公司 OPP 胶带产量及利润。第四条生产线专门为生产特殊功能膜而定制，生产薄膜的厚度可达 50 - 100  $\mu\text{m}$ ，利润较为乐观。以上设备的投入基于公司对 BOPP 胶带市场需求的响应及全国各 BOPP 胶带市场及功能性薄膜市场的深度调研。

**提问 7：相比同行企业，公司产品品类更加繁多，产线种类及数量也非常可观。公司是如何调配数量众多的生产资源，同时保证各类产品生产过程的稳**

定性？

回答：公司非常重视信息化管理，充分利用信息化实现各类资源的高效调度。公司于 2008 年起在胶粘带行业内率先启用 ERP，实现全生产链条信息互通、计划合理、组织高效且成本可控。信息化管理是一个动态的系统和一个动态的管理过程。随着企业管理水平的提高，信息技术将由局部到全局、由战术层面向战略层面全面渗透。

举例：2020 年公司完成了自动单证系统的研发，将繁琐、易错的关务制单工作转为系统自动生成。这是一项高效、实用且具有开创性的系统开发成果。海关 AEO 高级认证审核老师评价其“完整地理解和落实了认证要求，具备可记录、可追溯、可查询、可分析、可预警功能，在上海 400 余家高级认证企业中，达到了最接近完美的水平”。

江西生产基地正在积极开展建设智能仓储项目，2021 年年中左右将完成部分产品的实现自动仓储及流转，从而替代大部分人工操作，为未来产能高速增长打下坚实基础。