

证券代码：002909

证券简称：集泰股份

广州集泰化工股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2024-02

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
活动参与人员	中国国际金融股份有限公司——杜懿臻 民生证券——赵铭 中信证券——陈奕锦、严珮瑀、袁晔 冠丰投资——李希平 久银投资——吴剑新 前海钰锦——丁洁 金字塔投资——罗鹏辉、杨柏迪 华安证券——喻明 广州银行——段俊杰 臻远基金——秦海峰
时间	2024年5月8日 9:30-11:00
地点	公司总部一楼会议室、腾讯会议
形式	现场与线上结合
公司接待人员	吴珈宜（副总经理兼董事会秘书） 胡亚飞（副总经理兼研发技术总监） 段亚冰（工程产品销售部总经理）

交流内容及具
体问答记录

1、问：关注到公司的融资渠道主要以股权融资和银行贷款为主，有没有考虑过发债？

答：公司暂时未考虑发行债券，未来公司将综合考虑自身的需求、市场环境和各种融资方式的特点来综合评估融资方案，谢谢！

2、问：我们了解到电子胶行业的竞争较为激烈，以广州为例就有较多家生产电子胶的中小企业，公司是否考虑进一步兼并整合？

答：公司对于外延式发展一直秉持着开放和审慎的态度，我们认可兼并整合是企业发展的重要战略之一，能够帮助企业扩大市场份额、获取新技术或资源、增强竞争力。但公司也会综合考虑企业自身发展阶段的战略需求、财务状况、市场和竞争环境等多方面因素，以确保兼并整合的决策符合公司的长远利益和稳定发展目标。

3、问：公司建筑胶的毛利率如何？未来三年建筑胶对企业营收和利润贡献预判的走向如何？

答：2023 年公司建筑类用胶毛利率为 27.92%，同比提升 5.27%。在去年市场环境相对低迷的情况下，公司依旧稳固了在建筑类用胶市场的龙头地位，销量和市场份额进一步提升，建筑类用胶销售数量达 60,995.57 吨，同比增长 13.59%。首先，虽然住宅类地产短期承压，但市场基本需求和合理利润空间依然存在，而且行业集中度在进一步提升，各细分品类的市场渠道和资源不断向一线品牌聚拢，利好头部企业，同时公司的高端幕墙胶等产品在营业性房产、生产性房产、行政事业性房产及公用基础设施等非住宅性地产存在广阔市场空间，公司不断加强与大型国央企、工建局的合作深度，2023 年中标中海地产 2024-2026 年度幕墙胶集采，还服务了 300 米埃及阿拉曼新城超高层综合体、呼和浩特盛乐国际机场、广州白云站综合枢纽工程等一批标志性项目。其次，国家不断鼓励绿色建筑的发展，住建部提出到 2025 年城镇新建建筑全面建成绿色建筑，建筑能耗和碳排放增长趋势得到有效控制，基本形成绿色、低碳、循环的建设发展方式，为城乡建设领域 2030 年前碳达峰奠定坚实基础。公司在绿色建筑方面早有布局，旗下共有 11 款产品荣获《中国绿色产品认证证书》、34 款产品获得

“中国绿色建材产品”认证、6款产品获得“法国 A+”认证，产品的整体环保水平在行业内处于领先地位。再者，城市更新和存量房装修将会促进门窗幕墙、中空玻璃、装配式建筑以及家装等产品对于建筑工程和家庭装修用胶需求，尤其是随着消费者对品质生活要求的不断提高，家庭装修用胶的市场潜力还有较大提升空间，公司已加速进行布局，在产品方面，已有防霉密封胶、环保免钉胶、瓷砖美缝剂、陶瓷大板专用贴面胶等6款产品通过“法国 A+认证”，其中，陶瓷大板贴面胶产品因较传统水泥基产品降低碳排放 60 倍以上、在大型板材的应用上节约工时和成本 30%以上的优点，深受市场青睐；在销售渠道方面，针对工程装饰市场，公司已建设运营集泰电子商城，通过微信便捷下单，解决装饰公司用胶需求零散的痛点；针对家庭日常装修、维修市场，公司已入驻京东、天猫等多个电商平台，并在抖音、快手等平台开展直播和小视频带货，已形成较为成熟的运营模式。最后，公司主要原材料经过几年的扩产目前产能充足，原材料价格稳中有降，产品利润空间进一步提升。基于上述有利因素，以及过去几年的良好发展趋势，我们相信建筑胶未来三年的市场表现将会继续呈现稳定发展态势。

4、问：公司主要的原材料是什么？价格走势如何？

答：公司主要的原材料是 107 基胶，与有机硅 DMC 直接相关，采购来源主要是国内几家上市公司。该材料的价格自 2020 年开始价格暴涨，从 20 年 1.78 万元/吨，涨到 2021 年 10 月顶峰的 6.39 万元/吨。受到价格暴涨的影响，DMC 近年来快速扩张产能，近几年随着上游合盛硅业、东岳硅材、云南能投、恒星科技等有机硅企业新增产能的大幅释放，价格呈持续下降趋势，预计未来原材料会供应充足，价格将会维持在合理区间，对于公司利润修复及市场拓展具有双重利好。

5、问：公司有没有考虑出海计划？

答：2023 年，公司的外贸销售收入同比增长 41%，不仅在传统建筑领域保持了增长，其中越南、柬埔寨市场高速增长，新加坡、菲律宾、缅甸、乌兹别克等新市场打开局面，同时在工业领域（如电子胶，光伏胶）也取得了突破性进展。公司主动链接海外市场，持续拓宽海外销售网络，通过

参加国外展会等形式，公司在海外市场上建立了专业、优质的品牌形象，目前，公司已在澳大利亚、新西兰、印度、土耳其、越南、柬埔寨等国家和地区设立了经销服务网点，产品应用拓展至 30 个国家和地区。

6、问：公司的业务范围很广，覆盖的下游客户应用领域较多，接下来重点的销售战略会往哪个方向发力？

答：公司紧紧围绕环境友好型密封胶和涂料两条主线，拓展了门窗幕墙、家庭装修、集装箱制造、装配式建筑、钢结构制造、机械设备、石化装备、汽车制造、船舶游艇装备、太阳能光伏、新能源汽车、LED 照明等领域下游应用领域。公司的销售战略分为两个方面，一方面将继续夯实建筑胶、集装箱胶和漆等传统主业的头部地位，加大渠道下沉力度、积极拓展电商、新零售新业态，形成直销、经销、电商相结合的立体化销售渠道，形成对市场的深度覆盖；另一方面公司将积极拓展“第二曲线”，继续加大在新能源汽车、储能、光伏、电子电气、重防腐、3C 电子等新兴领域的业务布局和市场推广，探索新的业绩增长点。

7、问：刚刚有提到公司计划在建筑胶领域进行渠道下沉，公司要如何给终端消费者建立品牌认知呢？

答：一方面公司依托于现有的品牌知名度和客户基础，公司旗下安泰建筑胶已与全国百强房地产的前十强全部达成战略合作，与全国百强房地产的合作及入库率已超过 90%，已连续 19 年荣获“建筑胶十大首选品牌”、连续 10 年蝉联“中国房地产 500 强首选密封胶品牌”前三强；另一方面公司加大经销商的开拓力度，将销售渠道下沉至三四线城市，从大 B 端向小 B 端和 C 端领域拓展，通过经销商将更优质的产品和服务带进千家万户。

8、问：新能源汽车胶以及电子胶这块有没有什么技术壁垒？

答：新能源汽车胶、动力电池胶、光伏胶、电子胶等工业用胶不同于建筑用胶，不同应用领域、不同客户的需求差异较大，胶企需要提供定制化的服务和解决方案，并紧跟客户的产品更新进行快速、高质量的迭代，这要求企业具备强大的研发能力和技术储备支持。截至 2023 年底，公司

研发技术团队有 176 人，硕士、博士占比 35.8%，密切关注各行业的市场需求变化和产品发展趋势，以市场为导向成立六大研究室，积极相应客户的需求调整。同时，公司是科技部认定的国家高新技术企业、国家知识产权优势企业，已获得中国合格评定国家认可委员会（CNAS）认证，在行业标准制定、专利技术积累和工艺持续优化等方面均形成了较难复制的竞争壁垒和竞争优势。

9、问：刚刚有提到公司在标准制定方面具备优势，之前有关注到公司在电动自行车电池方面参编了一些标准，公司是否关注到近期相关政策又有新的动作？

答：公司关注到工业和信息化部于 2024 年 5 月 6 日发布消息，《电动自行车用锂离子蓄电池安全技术规范》强制性国家标准将于 11 月 1 日正式实施，集泰股份是参编的电池产业链的唯一一家材料企业。国务院安委办近日也召开视频会议，部署全面启动电动自行车安全隐患全链条整治行动。相关技术规范对电动自行车的防火阻燃性能提出了更高的要求，在过充电、外部短路、热滥用、针刺、热扩散等方面做出了详细的规定。此前公司还参与了广东省电动车商会于 2023 年 1 月实施的《电动自行车用锂离子电池和电池组技术规范》、《电动自行车产品质量分级评价通则》，以及广州市电动自行车行业协会于 2023 年 12 月实施的《电动自行车用锂离子电池和电池组技术规范》等团体标准的制定。

公司针对乘用车动力电池、两轮电动车动力电池，储能电池等新能源电池提供了包括有机硅、聚氨酯等多种电池组安全防护灌封方案，能够在电池热失控过程中，切断连锁反应，起到延缓或抑制电芯起火的作用，还可降低热失控对周边电芯的影响，减少电芯损伤。工业和信息化部相关部门负责人表示，下一步将会同有关部门引导和督促相关生产企业严格按照《技术规范》要求生产，工业和信息化部消费品工业司也于近期研究起草《电动自行车行业规范条件》《电动自行车行业规范公告管理办法》。相信随着强制标准以及相关细则的进一步落地，公司将为更多电动自行车及锂离子蓄电池生产企业提供安全可靠的灌封服务方案，助力行业整体质量的提升。

关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次调研活动期间，公司不存在透露任何未公开重大信息的情形。
附件清单 (如有)	无
日期	2024年5月8日