

证券代码：301188

证券简称：力诺药包

山东力诺医药包装股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2026-002

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	国泰海通证券姜瑾、刘佳昆、毛宇翔、江坤，中信建投华冉、广发建材李陶然、永赢基金乔钢、平安证券陈福栋、国投证券董文静、兴业基金裘若桑、兴业基金解婕、中信资管高明洋、宁银理财孙文瑞、国投自营熊迪玮、浦银安盛林望望、宁银理财徐厚霖等人员
时间	2026年6月29日-2026年7月2日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书谢岩
投资者关系活动主要内容介绍	<p>投资者提出的问题及公司回复情况</p> <p>2026年6月29日—2026年7月2日，公司接待了前来调研的证券机构及投资机构，公司董秘带领来访人员进行了厂区参观，并在公司会议室进行了交流，主要交流情况如下：</p> <p>1. 机构提问：市场一直很关注公司在玻璃基板领域的布局，目前进展情况如何？</p> <p>董秘回复：作为国内领先的硼硅玻璃生产企业，我们从几年前就开始布局玻璃基材料研发，目前正在有序推进送样验证。同时我们也在持续探索硼硅玻璃在微晶玻璃、光学玻璃等前沿领域的应用，目前这几个业务，都处于比较早期的阶段，尚未形成收入，也无在手订单，所面临的不确定性比较高，希望大家注意投资风险，理性投资。后续进展我们会严格按照信披要求及时公告。</p>

2. 机构提问：我们现在已经给哪几家客户进行了送样？

董秘回复：公司与下游客户签署了保密协议，客户的名单暂时无法公开。未来有进展且达到披露标准后，公司会依法合规披露。但是此业务还是处于比较早期的阶段，有较大的不确定性，请注意投资风险。

3. 机构提问：请问公司为什么会布局这一块业务？公司有技术储备吗？

董秘回复：首先，公司的玻璃基板业务与公司的主营业务是紧密相关的，并不是进行跨界。目前产业内，对于基板材料的透光性、平整度、介电系数、膨胀系数都提出了更高的要求，公司从事硼硅特种玻璃业务已经有30多年，所生产的耐热玻璃的特性相对更容易满足产业内客户对于基板材质的要求。公司玻璃基板产品线与主营业务存在高协同性：一是工艺协同，新材料核心生产工艺与高硼硅耐热玻璃高度同源，成熟技术可直接复用，大幅降低研发试错成本；二是产能协同，部分配套设备和检测设施可共享共用，新建中试产线可复用厂区配套资源，提升资产利用率；三是供应链协同，新材料与主业原材料体系基本一致，依托成熟供应链保障原料稳定供应、控制生产成本；四是发展协同，主业稳定营收持续反哺新材料研发，新材料高端化布局可优化公司产品结构，对冲单一行业经营风险，完善特种玻璃产业布局。

4. 机构提问：公司后续在研发投入上有什么规划，重点投向哪些方向？

董秘回复：公司长期坚持“科技强企”的路线，研发投入占比始终维持在行业较高水平。后续研发重点将围绕三个方向展开：一是中硼硅药包材的产品升级，重点布局预灌封注射器、卡式瓶、RTU等高壁垒产品；二是AI赋能全生产流程，持续深化智能制造能力；三是前沿新材料探索，围绕硼硅玻璃的材料特性拓展新的应用场景。

5. 机构提问：2025年公司推出了自有品牌布局C端耐热玻璃市场，目前进展怎么样？

董秘回复：2025年我们正式启动耐热玻璃业务的品牌化转型，推出国内品牌“LEBOLEBO”和海外品牌“borohouse”，通过电商渠道直接触达终端高端消费市场。2025年全年实现电商收入约1,100万元，品牌认知度正在快速提升，未来C端业务将成为公司B端业务之外的重要增长曲线。

6. 机构提问：公司是行业首家通过CMMM四级智能制造认证的企业，这个

能力如何转化为实际竞争力？

董秘回复：CMMM 四级是国家智能制造能力的专业等级认证，我们搭建了覆盖全流程的 AI 智能体运营体系，落地了几十个高质量智能场景。这直接带来了三个核心优势：一是生产环节少人化，作业效率大幅提升；二是 AI 全检实现全批次溯源，产品良品率达到行业领先水平；三是全球供应链协同效率大幅优化，生产成本得到有效控制。

7. 机构提问：第十一批集采政策对药包材行业的影响？

回复：第十一批集采政策在定价规则上出现积极变化，从过去以“最低报价作为唯一参考”，转向在“最低报价”与“入围均价的 50%”中取高值作为“锚点价”，这有助于减少极端低价对上游包材质量和价格的挤压，推动行业从“价格内卷”迈向“质量竞争”，对优质药包材企业构成利好。

8. 机构提问：公司 RTU 免洗免灭产品目前的客户拓展情况如何？

董秘回复：RTU 免洗免灭即用型包材是公司重点发力的高附加值产品线，2025 年 9 月 RTU 产线正式投产，产品为预灭菌、去热原、免清洗的高端药用包材，可直接用于无菌灌装，特别适用于高价值生物药和疫苗。目前已经完成多条产线的工艺验证，针对的主要是美国市场，公司正在积极扩充销售团队，开拓客户。

9. 机构提问：如何看待药用玻璃在整个医药产业链中的战略地位，公司的议价能力是否稳定？

董秘回复：药用玻璃是直接接触药品的核心内包材，其质量直接决定了药品的安全性、有效性和长期稳定性，是医药产业链中不可或缺的关键环节。基于较高的技术壁垒、严格的关联审评认证要求，以及与下游客户多年合作建立的深度信任，公司与国内头部药企保持了长期稳定的合作关系，能够维持合理的利润水平，保障行业的良性发展。

10. 机构提问：公司提出从产品出海向方案出海升级，这个战略具体怎么落地？

董秘回复：我们的全球化布局分为三个层级：第一是产品出海，把高性价比的中硼硅药包材和耐热玻璃产品销往全球市场；第二是技术出海，依托 30 余年的制造经验，利用 AI 技术，输出智能化生产方案；第三是标准出海，深度参与国际行业标准制定。目前我们已经开始在巴西、埃及布局海

	<p>外生产基地。</p> <p>11. 机构提问：请介绍 2026 年一季度的经营情况。</p> <p>回复：2026 年一季度公司实现营业收入 3.20 亿元，同比增长 15.97%；归母净利润 4,100.25 万元，同比增长 1.18%；扣非归母净利润 3,987.76 万元，同比增长 7.56%，盈利修复趋势明显。营收增长主要受益于行业政策环境改善、公司产品结构调整、部分产品涨价以及市场拓展力度加大。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2025-7-4