

证券代码：002243

证券简称：通产丽星

深圳市通产丽星股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：057

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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	招商证券 研究员 李宏鹏 中信建投证券股份有限公司 资产管理部副总裁 黄杨夏 信诚人寿保险有限公司 资产管理中心研究员 万力 九泰基金：符献 国元证券股份有限公司 胡晓慧
时间	2016年9月7日 9:30-11:30
地点	公司苏州吴江生产基地
上市公司接待人员姓名	副总/董事会秘书：彭晓华 证券事务代表：任红娟
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、介绍公司基本情况</p> <p>2016年上半年国内化妆品行业市场增速持续放缓，化妆品销售额增长率超销售量，化妆品品质消费成为主流，公司主要客户群在国内的营收、利润继续双双面临重压，在此背景下，公司2015年以来持续开展的“开源”与“节流”在报告期内已有成效，公司上半年实现营业收入50,689.25万元，同比增长6.26%；实现归属于上市公司股东的净利润995.65万元，同比增长179.18%。销售毛利率略有回升，经营状况在逐步改善。</p> <p>二、参观苏州吴江基地产品展厅</p> <p>三、参观苏州吴江基地生产车间</p> <p>四、互动交流</p>

（一）公司生产基地布局及面积

本着贴近客户，快速反应，为客户提供包装整体解决方案的原则，公司生产基地布局在珠三角、长三角。深圳生产基地位于龙岗区龙岗大道（坪地段）、龙岗区坂田街道五和南路（现整体出租）；广州生产基地位于增城市增江经济开发区；苏州吴江生产基地位于吴江经济开发区同津大道。目前确权在公司名下的土地面积约 25 万平方米。

（二）公司的发展规划

未来公司将继续不断延伸客户服务，从化妆品塑料包装不断延伸到包装材料的研发、包装方案的设计、包装模具的生产设计，再到后端的搅拌、灌装、物流配送等。在做大做强包装业务的同时，依据市场需求，研发化妆品添加剂，聚焦改性材料、高阻隔材料、纳米材料等相关新材料，进入战略新兴领域。

（三）公司研发的富勒烯情况及进展？

公司拥有富勒烯碳纳米材料工程实验室，主要从事富勒烯材料的制备、分离、纯化，富勒烯衍生物的制备及应用研究。富勒烯以其强抗氧化性能在生命健康（包括化妆品）领域具有广阔的应用前景。目前公司关于富勒烯在化妆品的应用的研究已取得实验室阶段性成果，并获得相关专利。目前公司暂无富勒烯产业化计划。

（四）公司新项目有哪些？

关于新项目公司仍将立足于化妆品塑料包装，不断进行横向、纵向延伸，为化妆品、日用品、保健品及食品塑料包装和汽车轻量化提供解决方案和产品服务，包括创意设计、工艺装备及精密模具设计制造、各类高端塑料包装的生产和销售、化妆品的灌装及搅拌、信息化标签、物流配送、塑料包装废弃物循环利用等，持续拓展产业链相关的新材料（包括包材的新材料和化妆品内容物等）的研发和应用。

（五）国企改革的进展？有无管理层股权激励计划和员工持股计划？

截至目前，公司尚未收到国企改革相关信息。公司上市后未实施管理层股权激励计划，目前公司暂无管理层股权激励计划及员工持股

计划。

(六) 出口产品和国内产品的毛利率水平差异的原因?

受产品类型、产品单价，订单结构等影响，出口产品和国内销售的产品分地区统计，销售毛利率存在一定差异。

(七) 2016 年半年度，人工成本情况?

2016 年，人工成本略有增长，公司通过优化生产流程，调整人员配置，对自然流失的人员通过内部优化调配，以达到减员增效，严格控制人工成本目标。

(八) 公司今年的经营目标?

2016 年是公司的转型提升年，公司将持续“开源”与“节流”，推动公司技术创新、生产模式创新和管理创新，把发展的重心放到质量和效益上。2016 年，公司将充分调动各方的积极性、主动性、创造性，努力再创佳绩。2016 年公司计划完成营业收入 10.5 亿元，利润总额 3000 万元，净利润 2480 万元。

(九) 行业现状及公司竞争优势?

化妆品塑料包装行业既是化妆品行业重要的配套产业，又是包装行业的重要组成部分。随着化妆品行业以及包装行业的迅速发展，化妆品塑料包装行业正以远高于 GDP 的增长速度迅速增长。化妆品塑料包装行业仍将保持快速增长的态势。

公司致力于为客户提供整体包装解决方案。向上游拓展设计研发能力，向下游则着力为客户提供更全面、专业的物流配送及化妆品灌装服务，通过不断整合供应链，提高与客户的粘性。

(十) 食品类包装和化妆品包装盈利能力如何?

食品、保健品盈利能力和化妆品差不多，保健品更看重包装，化妆品更看重研发和创新能力。

(十一) 出口业务如何?

2016 年上半年，公司出口业务增长较快，国内业务占收入的 70—75%，出口业务占收入的 25—30%。

	<p>会议过程中，公司与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照《投资者关系管理制度》、《信息披露管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公开。没有出现未公开信息泄露等情况。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2016年9月8日