证券代码：002846 证券简称：英联股份

债券代码：128079 债券简称：英联转债

**广东英联包装股份有限公司投资者关系活动记录表**

编号：2020-005

|  |  |
| --- | --- |
| **投资者关系活动类别** | □特定对象调研 □分析师会议  □媒体采访 □业绩说明会  □新闻发布会 □路演活动  □现场参观 🗹其他（电话会议） |
| **参与单位名称**  **及人员姓名** | 国盛证券研究所轻工首席 严大林、国盛证券研究所轻工分析师 黄莎；  渊弘基金、万盛资本、揽泰投资、同德益投资等机构参加本次电话会议 |
| **时间** | 2020年3月27日 |
| **地点** | 电话调研 |
| **上市公司**  **接待人员姓名** | 董事长：翁伟武先生  董事、董事会秘书、副总经理：夏红明先生 |
| **投资者关系活动主要内容**  **介绍** | 1. **海外疫情对公司有什么影响？**   罐头易开盖一直是我们在海外销售最主要的产品，占公司出口产品比重的70%左右，也是公司第一个走向国际化、走向全球的重要产品体系。  海外疫情发生以来，从新闻媒体的报道和一些市场监测机构的数据来看，对罐头食品的销售具有一定刺激作用，不过这种刺激作用反馈到包装终端需要一定的时间。并且根据海外疫情发展的不同阶段，可能会产生不同的影响。积极的影响是疫情刚开始，大家开始居家生活、抢购罐头，确实消费量会增长。如果疫情持续比较严重，所在国家的经济生产活动会受到影响，特别是工厂关停这种影响，对公司来说可能又存在负面的影响。通过我们现在了解的情况来看，因为罐头属于基本民生保障物资，为保证食品供应各国政府不会轻易关停这方面的工厂。  基于这种策略，公司正在密切关注海外市场情况的变化，与客户保持持续沟通随时调整。公司现阶段的主要目标是提升罐头易开盖的产量，我们在去年12月左右有一条全新的罐头易开盖生产线已经到厂开始安装，本月开始调试，所以在4月份以后，我们会持续把罐头盖的产量提升到月产量2亿片以上，目标是2.5亿片左右。  **2、公司近期有无并购计划？**  并购是公司长期坚持的战略，自2017年开始，公司的整体规模快速增长，也和一些并购活动相关，公司的战略是通过外延式并购和内生性增长两个方面快速提升市场规模，公司会持续关注各细分领域机会，请及时关注公司的公告。  **3、和国内竞争者相比公司有哪些优势？**  公司是国内唯一一家专业生产易开盖的上市公司。第一，设备先进，智能装备领先优势，设备通道多，生产效率高。第二、产业链齐全，公司自己拥有涂布设备，当前国内环保趋严情况下其他工厂再新建涂布产线较难。第三，平台优势，作为上市公司更重视人才，公司在2018年实施了股权激励计划，吸引外部高端有行业资源的人才。  **4、是否存在技术壁垒 ？**  从全球范围来看，整个金属包装包括易开盖企业，属于资本密集型行业，在整个装备使用过程中，如何做到故障率最低，材料利用率最高，运行的效率最高，是有一定技术要求的。  （1）整个金属包装的趋势，一直是减薄省料，各个厂商都有它的优势，所以公司整个研发方向也一直在向减薄方面进行发展。在材料的厚度更薄的情况下，制造能满足客户要求的易开盖，在这方面公司的技术能力是比较强大的。公司产品的盖体平均厚度优于行业通用厚度，且拉环减薄技术已获国家发明专利。  （2）第二是涂布方面的技术，公司和国内其他工厂相比，有一个比较长的产业链，实际上在整个易开盖产业里面，涂布工艺是比较复杂的。原因主要是下游不同的产品对抗腐蚀的要求是不一样的。比如八宝粥需要高温的，番茄酱需要酸性的。公司发明过一个白瓷的涂料，可以想象瓷是很脆的，但是金属的延展性是特别好的，怎么样把两个东西结合在一起，在高速冲压的时候，这种瓷和金属结合在一起不脱落，这也是一个比较有技术含量的东西。  **5、制罐厂未来有没有可能自己制盖？**  **干粉盖**：除了奶粉易撕盖外，目前看不到会有其它罐厂来做。因为干粉易开盖的种类特别繁多，各种涂料、各种尺寸、各种盖面结构、各种拉环材料，所以这个是特别复杂的，并且单个产品的客户使用量也不会太大。  **罐头盖**：下游客户也比较分散，标准化的比较少，各个厂商的内容物不一样，需要的盖型、结构或者涂料都是定制化的。  **饮料盖**：行业是比较集中的，以前有一些饮料罐厂配套，例如奥瑞金、宝钢包装，之前募投项目有一些易开盖项目。但是这个是基于2012年前饮料盖大行业的超额利润，现在价格0.07-0.08元的产品，在那时候价格要0.14-0.15元，超额利润导致资本不停的进来。后来在产能过剩的情况下，很多饮料易开盖厂商都把募投项目进行变更了，现在一些落后的产能正在加速淘汰。未来，专业化、规模化的饮料盖厂，还是有竞争优势的。  **6、未来业务发展趋势？**  **干粉盖：**主要有两类产品，一种是传统的易开盖，另一种是易撕盖。易撕盖是2014-2015年国内才开始制造的比较新兴的产品。并且近两年易撕盖除了在奶粉领域的应用外，在休闲食品领域发展非常快，所以干粉易撕盖这类产品，未来还会比较快地增长，特别是面向全球市场。例如今年2月份，公司开发了雀巢全球，雀巢海外在干粉领域主要是奶粉和咖啡，后续可以与海外雀巢开展商业谈判，未来订单存在增长潜力。  **罐头盖：**最近三年产能在向中国进行转移，中国整个罐头盖的产能近几年增速也非常快，从2018年大概60-70亿片左右，到2019年大概90亿片左右，整个市场规模保持40%~50%左右的增长，与本公司的增长率差不多。全球罐头盖的消费量大概有500亿片以上，预计未来全球会有30%~40%的订单转移到中国生产，规模大概在150亿片到200亿片左右。  **饮料盖：**公司及下游的罐厂在饮料领域这几年盈利状况不是特别好，但还是在这个方面进行扩充，因为确实看好饮料啤酒罐化率持续提升的大趋势。公司现在的策略主要是做大市场规模，做大影响力。随着市场规模扩大，应该会出现有定价话语权的厂商，所以公司看好饮料盖未来的发展。 |
| **附件清单** | 无 |
| **日期** | 2020年3月27日 |