证券代码：002831 证券简称：裕同科技

**深圳市裕同包装科技股份有限公司投资者关系活动记录表**

编号：20200903

|  |  |
| --- | --- |
| 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 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 1. 招商证券 李宏鹏 2. 中信建投 罗乾生 3. 中银证券 刘凯娜 4. 天风证券 刘佳昆 5. 长江证券 肖旭方 6. 山石基金 林嘉雯 7. 东盈投资 皮熙龙、吴浩基 8. 民森投资 丁凡伦 9. 汇丰银行 薛丹彬 10. 博量资产 杜威 11. 恒悦资管 黄烁 12. 泽泰投资 袁彩琳 13. 长流汇资管 邱志德 14. 民晟资管 郭奕航 |
| 时间 | 2020年9月03日 |
| 地点 | 深圳市裕同包装科技股份有限公司会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | 副总裁、董事会秘书：张恩芳  证券事务代表：蒋涛  证券事务助理：胡芷毓 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 由公司董秘张恩芳先生主持会议，投资者以提问的方式进行互动交流，以下为互动交流的主要内容：  **1、纸塑的市场空间以及和聚乳酸、塑料的差异性在哪里？公司参与美团青山计划大概的情况？**  ①关于降解材料，原材料很多种，主要分为生物基和石油基，裕同比较成熟的产品是生物基，将甘蔗浆、竹浆等通过热压或湿压压铸成型，可在自然条件下降解。  石油基降解材料，是通过改性拥有降解功能，但降解性能没有那么好，通常要通过专业堆肥才能降解。  同时，公司在研发聚乳酸，聚乳酸属于生物基，主要通过玉米淀粉等聚合制成，做出来的产品效果很好。但价格比较贵，市场可接受程度不是很高。  纸塑是非常好的发展方向，优点在于原材料成长周期快、降解性好、无公害、价格相对合适，市场可接受程度好。  ②公司跟进美团业务已有一年多时间。2019年，美团在上海逐渐实现使用可降解外卖塑料袋，现在美团社会责任部门通过对企业的考察调研，选择可降解比较好的企业在未来共同进行一些符合产品要求和国家标准的可降解产品的开发。公司作为美团的合作伙伴，我们认为与美团未来有很好合作空间。  **2、海南工厂产能或产值大概多少？公司整个环保产品等达到多少产值？**  海南整体市场规模大概30-40亿，公司规划海南工厂全部达产能达到6-7亿。公司投资海南一是示范试点配合政府，二是希望能在海南取得比较大的市场份额。  公司目前整个环保产品全部达产能做到20多个亿。  **3、消费电子的变革对公司的影响？**  消费电子受益于5G\AR\VR等技术的突破变更，我们认为未来两三年是非常好的机会，无论是从客户技术储备、产品储备以及消费者对新产品的需求来看，这都是一个很好的时期。  消费电子领域对公司贡献达七八成，该行业有比较好的发展，公司的整个基础也就非常稳，基本上不会出现问题。今年上半年虽然受疫情影响，但公司业绩实现了稳定增长。  **4、小米生态链对公司未来消费电子板块业务的促进作用？**  小米生态链在这几年都处于一个快速成长，占公司整个收入10%左右，小米生态链已经成为我们非常重要的客户群。从实际情况来看，小米生态链这一块近几年的收入都是逐步增长的。  **5、2016-2019年大客户在包装单价上是否存在压价行为？未来在消费电子板块，下游用户还会不会存在这种潜在的压价风险，对公司业务发展有比较大的影响？**  整体来看，是会存在一些压力，近两三年来都会有一些调整。但目前来看，基本上比较平稳。  长期来看，公司智能工厂的建成逐渐投产，承压和竞争力会进一步提升，领先竞争对手，这样综合成本领先优势带来的市场机会会比较明显。  **6、怎么看酒包和烟标？公司有什么调整？明年发展如何？**  从规划或布局的客户群体来看，是一个比较好的机会，公司有能力成为酒包的龙头。今年受疫情影响，酒包和烟标发展不太好，一季度下降较多，二季度回暖，全年来看，还是有机会实现增长，目前没有太大的调整。明年的发展除非有大环境的影响，发展应该是比较好的。  **7、云创业务进展怎么样？**  云创业务结构变得非常好，前期把握了一些大客户项目，如阿里支付宝产品带来一个比较好的成长，但是终端客户产品的推广策略等变化，目前市场增长较慢。  但云创今年切入更多广宣品模块，成长非常不错。在广宣品和文创产品有着很大的发展机会和潜力。  **8、白板纸原材料这块会受到影响吗？**  目前还好，白板纸原材料的价格变动不是太大。另外，无论怎么整合，市场还有更多的产品可以提供和选择；而从整个经济环境包装用纸需求来看，很难存在需求旺盛推高市场价格的可能性。所以我们预计波动应该不会很大。  **9、明后年，能拉动公司整体业务是哪一块，它的增速还会比其他板块快吗？增长的主要驱动是？在这块上盈利会受影响吗？**  ①消费类电子。大环境带来的机会以及我们拥有一批优质的消费类电子客户群体，预计短期内增速比其他板块会快一些。  ②主要驱动：一个是老客户，老客户自身市场的快速增长；二是，我们份额的增加；三是新客户，公司仍然在持续深挖及拓展新的知名品牌客户，如今年开始交易供货的戴森等。  ③盈利正常，我们预计现在回归到了一个相对比较正常的盈利空间，通过我们的信息化及智能工厂等变革，确保实现正常盈利。  **10、上半年海外收入占比下滑较多的原因？**  主要是公司统计口径变更，转厂出口、出口到国内保税区等都统计为内销。  **11、从未来两三年展望的角度来说酒包、烟包、日化、食品等业务的权重？**  未来五年左右，3C可能会下降到50%，烟包酒包比例会上来，其他的，如化妆品、健康快消品以及新业务等业务会占有一定的份额，从5%的起点到15%的占比去发展。  **12、上半年毛利率下降的原因？原材料成本应对方式？**  ①主要是会计准则的调整，运装费由原来的营销费用调整到成本，大概影响一个多点，成本端自身波动不大。  ②原材料成本策略，首先，加强公司与供应商协同的能力；另外，更多提高议价能力、扩展多渠道采购等。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2020年9月03日 |