

嘉美食品包装（滁州）股份有限公司

关于 2020 年度业绩说明会召开情况的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

嘉美食品包装（滁州）股份有限公司（以下简称“公司”）于 2021 年 5 月 7 日（周五）召开了 2020 年度网上业绩说明会，现就会议的主要情况公告如下：

一、 会议召开的情况

1. 时间：2021 年 5 月 7 日（周五）下午 15:00-17:00
2. 参与方式：全景·路演天下（<http://rs.p5w.net>）
3. 公司参会人员：董事长兼总经理陈民先生，独立董事张本照先生，副总经理兼董事会秘书陈强先生，财务负责人季中华女士，保荐代表人李硕先生。

二、 互动交流情况

问题 1、请问公司今年有没有项目上的投资？目前第二季度的订单量和去年同期相比增加了多少？目前市面上的包装种类有很多，我们如何做到创新争取更多的企业订单？

回答：1、公司根据市场需求和自身优势，持续进行新设备投资、旧设备升级改造等资本性投入。项目投资状况请关注公司年度报告和持续公告。2、公司依据客户订单安排生产，一般以周计划进行。今年一季度受益于下游客户需求回暖，和公司“全产业链中国饮料服务平台”战略的进展，订单超过非疫情年份的平均水平。二季度状况，请持续关注公司公告。3、公司将继续专注于食品饮料行业，突出行业领先的一体化灌装代工的优势，深化具有“嘉美”特色的一站式的品牌孵化服务，发挥全覆盖的客户策略和稳定的客户基础优势，强化三片罐业务板块市场份额领先优势，产业链、价值链协同开发信息资源，吸引并导入多品

牌客户进行 OEM、ODM、OBM、OCM 合作，最终达成全方位的中国饮料服务平台的战略目标。4、基于“全产业链的中国饮料服务平台”的战略目标，结合创新包材、饮料行业的趋势品类，强化灌装业务和包材业务的相互拉动，灌装的不同品项在不同客户之间的相互拉动，包材的不同品类在同一客户里的相互拉动，从而全方位多维度拉动客户覆盖面和销售的增长。

问题 2、目前企业的第二季度订单量和去年同期相比增加了多少？今年公司是否有对外投资的动作？

回答：1、公司根据市场需求和自身优势，持续进行新设备投资、旧设备升级改造等资本性投入。项目投资状况请关注公司年度报告和持续公告。2、公司依据客户订单安排生产，一般以周计划进行。今年一季度受益于下游客户需求回暖，和公司“全产业链中国饮料服务平台”战略的进展，订单超过非疫情年份的平均水平。二季度状况，请持续关注公司公告。谢谢。

问题 3、公司的净利润增幅有没有达到预期？

回答：公司 2020 年度实现营业收入 199,240.95 万元，同比下降 24.07%；营业利润 6,340.08 万元，同比下降 70.99%；利润总额 4,818.17 万元，同比下降 77.83%；归属于上市公司普通股股东的净利润 3,453.90 万元，同比下降 79.91%。

2020 年上半年受新型冠状病毒肺炎疫情的影响，各地政府相继出台并严格执行关于延迟复工、限制物流、人流等疫情防控政策，聚餐、走亲访友场景大幅度减少，公司下游食品饮料客户销售受阻，终端消费需求不足导致公司产品订单明显下滑，但公司固定费用及支出（人工、折旧等）相对稳定，导致公司利润水平下降。2020 年下半年以来，随着国内新冠疫情得到控制，终端消费需求恢复明显，公司经营逐步恢复正常。同时公司继续专注于食品饮料行业，突出行业领先的一体化灌装代工的优势，深化具有“嘉美”特色的一站式的品牌孵化服务，发挥全覆盖的客户策略和稳定的客户基础优势，强化三片罐业务板块市场份额领先优势，产业链、价值链协同开发信息资源，吸引并导入多品牌客户进行 OEM、ODM、OBM 合作，结合创新包材、饮料行业的趋势品类，强化灌装业务和包材业务的相互拉动，灌装的不同品项在不同客户之间的相互拉动，包材的不同品类在同一客户里的相互拉动，从而全方位多维度拉动客户覆盖面和销售的增长，在达成“全产业链的中国饮料服务平台”的战略目标上继续推进。因此，公司经营状况已得

到明显改善，在 2020 年前三季度累计亏损的情况下，实现全年盈利。

问题 4、今年公司有新的融资计划？

回答：2020 年，中国证券监督管理委员会审核通过了公司公开发行募集资金总额不超过人民币 75,000.00 万元的可转换公司债券的申请。公司根据业务发展规划和项目建设情况，适时采用直接融资和间接融资手段筹集资金，补充公司发展资金，分散投资风险，增强公司资本实力。随着公司业务持续发展、规模逐步壮大，公司将选择适当时机以合理的方式利用资本市场进行再融资，筹集公司持续快速发展所需要的资金。谢谢。

问题 5、请介绍一下公司的行业地位？

回答：公司的食品饮料金属罐市场占有率位居市场前列，三片罐市场占有率突出，是灌装产能最大的金属包装企业，是唯一具有能同时向饮料客户提供三片罐、二片罐、无菌纸包、PET 瓶包装的多样化包材的包装容器企业。公司为客户提供一站式食品饮料包装容器和灌装解决方案，是我国食品饮料金属包装和灌装行业的领先企业。

2017 年 11 月，公司“嘉美”品牌被中国包装联合会认定为“中国包装优秀品牌”，2019 年 12 月被中国包装联合会第九届一次理事会选举为中国包联第九届理事会副会长单位，公司的品牌建设案例入选《中国包装行业品牌发展报告（2019）》优秀案例。

问题 6、请问公司未来十年预估市场规模多大？

回答：目前饮料市场的存量是比较稳定的，约一亿吨饮料、其中 200 亿罐马口铁三片饮料类易拉罐、500 亿铝两片易拉罐、900 亿包无菌纸包、1000 亿个 PET 塑料瓶。但中国饮料市场进入迭代周期，进入新消费替换旧供给的过程，这个过程会冒出很多新消费品牌，也会有很多老品牌迭代成新消费，品牌能做的就是加速迭代新品。在此过程中不进行重资产投入、用低成本做产品创新、尽可能的推出新品的需求在增长。未来增长的空间在于两个方向：一是新进入饮料行业的品牌新品，二是传统饮料品牌的新品。不管是哪个方向出现较大的增量或替换旧份额，在新旧格局的变换中、基于公司饮料服务平台的战略，公司都能够参与其中，在与客户成长的过程中，利用自身优势成为其主要供应商。

问题 7、公司销售费用主要有哪几块？

回答：公司的销售费用 2020 年度以前主要是运输费用。因核算规则改变，2020 年起主要是销售人员薪酬和办公、差旅、招待费用。谢谢。

问题 8、公司目前全资子公司和控股子公司、参股公司有哪些呢？请详细介绍一下。

回答：公司的分子公司，全部为 100%直接和间接控股。划分为 10 个区域，其中嘉美和冠盖为三片罐板块业务、华冠和嘉饮为饮料生产板块。铭冠为无菌纸包板块，金盟为二片业务板块，泰普为 PET 业务板块。

问题 9、请问公司近期有无并购计划？以及如何促使公司发展长大？

回答：1、公司在饮料包装行业深耕多年，已经积累了一定的经验跟客户资源，之所以这样布局，是基于客户的市场需求，并不是追求将某一类业务的产能做到最大，而是能够帮助客户在不同产品上基于市场的需求拓展更多的品类，满足客户不同的包装需求，从而开发更多的新品。2、基于“全产业链的中国饮料服务平台”的战略目标，结合创新包材、饮料行业的趋势品类，强化灌装业务和包材业务的相互拉动，灌装的不同品项在不同客户之间的相互拉动，包材的不同品类在同一客户里的相互拉动，从而全方位多维度拉动客户覆盖面和销售的增长。

问题 10、今年第二季度的四月份订单怎么样？

回答：公司依据客户订单安排生产，一般以周计划进行。今年一季度受益于下游客户需求回暖，和公司“全产业链中国饮料服务平台”战略的进展，订单超过非疫情年份的平均水平。二季度状况，请持续关注公司公告。谢谢。

问题 11、贵公司 2020 年第 4 季度的经营及业绩增长的良好势头，是否可持续？依据是什么？

回答：2021 年一季度，得益于客户需求回暖，和公司“全产业链中国饮料服务平台”战略的进展，订单超过非疫情年份的平均水平。一季度的订单增长还是在局部、短暂的疫情冲击下实现的。公司在老客户市场份额扩张、新客户开发、新市场拓展、创新产品商业化运用等方面都有突破。谢谢。

问题 12、请问公司一季度的业绩增长，包括后期的业绩驱动因素，主要看养元饮品的订单变化，还是新客户开发进展？

回答：2021 年一季度，得益于客户需求回暖，和公司“全产业链中国饮料服务平台”战略的进展，订单超过非疫情年份的平均水平。一季度的订单增长还是

在局部、短暂的疫情冲击下实现的。公司在老客户市场份额扩张、新客户开发、新市场拓展、创新产品商业化运用等方面都有突破。公司 2020 年度报告第一大客户比重已降低至 40%左右。谢谢。

问题 13、请问贵司股价长期盘旋与底价、股东减持，请问贵司如何看待目前状况？

回答：嘉美包装自成立以来，一直诚信经营、规范运作，秉承“better can, better life”的发展理念，已经成为中国领先的饮料包装制造企业，覆盖了国内大部分知名饮料品牌。我们将加倍努力，更好地履行企业社会责任，提升核心竞争力，在坚持规范运作的前提下，继续增加市场开拓，不断吸纳新型人才，进一步提高市场反应能力，提高公司产能，扩充产品种类，提升涵盖全产业链的综合包装解决能力，继续保持公司产品在国内同行业中的优势地位，努力将公司打造成为“全产业链的中国饮料服务平台”，以更加优异的业绩来回馈股东、回馈社会。公司将遵守有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件、深交所业务规则及其他相关规定，接受深交所对本公司的自律监管，诚实守信、规范运作，严格履行信息披露义务，切实维护投资者合法权益。

问题 14、公司将灌装服务作为核心竞争力。然而，灌装业务资产重，毛利率仅 5.7%，公司也未披露灌装业务子公司的经营业绩。请问后期，灌装业务是开发新客户、增强客户粘性的成本中心，还是能够成为创造业绩的利润中心？灌装产能有何后续规划？

回答：1、公司 2020 年灌装业务毛利率较低是受疫情影响，上半年开工率较低而人员薪酬和折旧不变造成的，是暂时性的。2、公司在灌装领域合作的客户有很大一部分属于初期的产品，我们对灌装业务的投入也就类似于研发的投入，是战略性的亏损，直接计入生产成本，导致财报数字不佳。而灌装行业的特点是规模化，是需要达到一定的产能规模，才能到达盈亏平衡点，在这之后则有较高的边际收益，产生较高的经济效益。经过这几年的铺垫，灌装业务的产能利用率在提升，有望很快达到盈亏平衡点，并对公司的财务业绩产生贡献。

问题 15、请问公司的无菌包产能有多大？无菌包业务如何与利乐、纷美等行业巨头竞争？有说法认为，无菌包难以回收，未来单一材质包装是趋势，请问公司怎么看无菌包的长期竞争力？

回答：公司现有无菌包产能 26 亿包，可转债募投项目计划投资两个 50 亿包产能新项目。公司优势是配套有无菌包灌装产能，且开发出了“月亮包”等新型包材，公司目前市场占有率已居市场第一梯队。谢谢关注。

问题 16、公司股价较去年最高点已跌去三分之二，投资者损失惨重，请问公司有回购计划或者市值管理方案吗？

回答：嘉美包装自成立以来，一直诚信经营、规范运作，秉承“better can, better life”的发展理念，已经成为中国领先的饮料包装制造企业，覆盖了国内大部分知名饮料品牌。我们将加倍努力，更好地履行企业社会责任，提升核心竞争力，在坚持规范运作的前提下，继续增加市场开拓，不断吸纳新型人才，进一步提高市场反应能力，提高公司产能，扩充产品种类，提升涵盖全产业链的综合包装解决能力，继续保持公司产品在国内同行业中的优势地位，努力将公司打造成为“全产业链的中国饮料服务平台”，以更加优异的业绩来回馈股东、回馈社会。公司将遵守有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件、深交所业务规则及其他相关规定，接受深交所对本公司的自律监管，诚实守信、规范运作，严格履行信息披露义务，切实维护投资者合法权益。

问题 17、公司灌装业务毛利率较奥瑞金的灌装业务毛利率 18.98%差异很大，请问是何原因？

回答：公司 2020 年灌装业务毛利率较低是受疫情影响，上半年开工率较低而人员薪酬和折旧不变造成的，是暂时性的。通常年份毛利率与同业并无重大差异，谢谢。

问题 18、当前铝价、马口铁价格大幅上涨，请问公司能否顺利将成本压力传导至下游客户吗？

回答：公司与主要客户约定了马口铁、铝材等主要材料价格波动时产品价格调整的机制，但公司产品价格调整仍存在调整幅度小于原材料价格波动幅度、调整时间滞后等情形，谢谢。

问题 19、年报在研发投入部分提及“持续开发出多款饮料及啤酒产品，如具有专利权的轻发酵类含气饮料、多种风味气泡水、功能饮料以及水果味的啤酒、富硒啤酒等，部分产品已批量生产”。请问是否意味着公司向下游拓展至食品饮料领域？有何规划布局？TOC 业务是否是公司的强项？20 年已经贡献收入

了吗？

回答：公司的战略为“全产业链的饮料服务平台”，其中一个环节就包括了饮料配方的研发。但公司专注于服务客户，不会自己做品牌。未来公司将继续专注于食品饮料行业，突出行业领先的一体化灌装代工的优势，深化具有“嘉美”特色的一站式的品牌孵化服务，发挥全覆盖的客户策略和稳定的客户基础优势，强化三片罐业务板块市场份额领先优势，产业链、价值链协同开发信息资源，吸引并导入多品牌客户进行 OEM、ODM、OBM、OCM 合作，最终达成全方位的中国饮料服务平台的战略目标。从电子产品、服装、鞋类等快消品，到饮料，应该看到“轻资产”是国际化趋势和潮流。品牌专注于研发、营销，生产制造流程外包给更专业化、规模化的代工厂商，是双赢或多赢的商业模式。中国饮料行业的新周期中，这种趋势也是不可避免的，有广阔的市场前景。

问题 20、目前公司员工有多少人？是整个公司不是指一个省份的。

回答：2020 年末，公司在职员工数量 2549 人，谢谢。

问题 21、年报中公司“未来发展计划”部分，提及二片罐业务板块进行错位竞争、在高毛利的规格品类和市场夹缝区域加大投资。可否具体介绍如何错位竞争？什么是高毛利的规格品类和市场夹缝区域？

回答：1、二片罐产品销售有显著的运输半径。在江西、贵州、西南、西北等区域，还存在着主要同业销售半径过长的情况，这就是市场的夹缝区域。2、目前、Slim、Sleek 等罐型市场需求增长、供给不足，毛利较高，公司新投资项目可以聚焦于此类产能。3、公司专利产品 ABC 瓶罐商业化运用取得进展，未来新投二片罐项目都是柔性生产线，都可以满足公司专利产品的规模化生产需求。

问题 22、请问公司的易拉罐、无菌包、PET 灌装设备，供应商是哪家？是否有本土供应商？

回答：公司主要设备为进口领先设备，并配套以性价比较高的国产设备。

问题 23、年报提及“继续完善 ABC 罐型、TBC 罐型”。请问什么是 ABC\TBC 罐型？

回答：一种采用多次旋开盖技术的特殊金属罐，是一种新开发的饮料罐型，主要用于单品价格较高的饮料，目前国内市场上应用范围较小，包括 ABC 罐（一种采用多次旋开盖技术的铝罐）、TBC 罐（深冲拉拔覆膜铁金属旋口罐），谢谢。

问题 24、公司披露 20 年第一大客户销售收入 13.7 亿。根据养元饮品年报披露，其 20 年向公司采购易拉罐/盖金额为 6.9 亿，委托加工（灌装）采购额 1.1 亿，合计 8 亿左右，与公司披露的数据对不上，请问是何原因？

回答：公司 2020 年年报披露第一大客户销售收入为 80,161 万，占比 40.23%，谢谢关注。

问题 25、请问一季度财务如何？

回答：公司一季度经营业绩请关注公司一季报，谢谢。

问题 26、2021 有什么财务计划？

回答：加强财务管理，继续实施全面预算管理，加强财务内控。同时，充分运用 ERP 系统、KPI 考核体系，实现科学化、精细化的成本管理、资金、库存及费用管理，最大限度地减少各项不合理的支出，持续提高公司效益。谢谢。

问题 27、请问公司有什么具体的方法和措施把市值做大做强？

回答：公司专业从事食品饮料包装容器的研发、设计、生产和销售及饮料灌装业务，为食品、饮料行业客户提供一体化包装容器设计、印刷、生产、配送、灌装及全方位客户服务的综合包装解决方案。秉持“打造全产业链的中国饮料服务平台”的理念，携手知名客户进行全国布局，经过多年发展，已经成为中国领先的消费品包装制造企业和最大的三片罐制造企业之一，中国领先的金属罐供应商。

未来公司将始终坚持以客户需求为导向、以生产基地为依托、以服务能力和保证的发展模式，充分利用国家产业政策、充分的市场容量及公司自身的优势，不断探索适合企业成长的发展路径，同时借助资本市场融资平台，进一步增强公司资本实力、提高公司产能、扩充产品种类、优化生产布局，进一步提升涵盖全产业链的综合包装解决能力，继续保持公司产品在国内同行业中的优势地位。

在中国饮料市场的迭代周期中，不管是哪个方向出现较大的增量或替换旧份额，在新旧格局的变换中、基于公司饮料服务平台的战略，公司都能够参与其中，在与客户成长的过程中，利用自身优势成为其主要供应商。公司将基于宏观经济形势和行业发展趋势，聚焦主业，积极应对饮料市场的变化和消费趋势，实现可持续发展。主要体现在以下几个方面：1、三片罐业务板块扩大和巩固在蛋白饮料领域的领先优势、寻找功能饮料领域的市场机会和突破口，实现边际收益高的

优势。2、二片罐业务板块进行错位竞争、在高毛利的规格品类和市场夹缝区域加大投资，保持竞争地位和发力点。3、灌装业务板块补齐 PET 灌装短板、强调“精致品质、精益生产”、加强成本管控，在板块整体盈利后关注单个公司盈利情况。4、加大创新产品的商业化运用推广力度、打造可持续盈利增长点。

感谢投资者积极参与公司本次举办的网上业绩说明会。2021 年公司将继续开拓进取，努力保持公司经营的稳定，以回报广大投资者和全体员工。公司对长期以来关注和支持公司发展并积极提出建议的投资者表示衷心感谢。

特此公告。

嘉美食品包装（滁州）股份有限公司

董事会

2021 年 5 月 9 日