

西安瑞联新材料股份有限公司

关于接待机构调研的会议纪要

2022 年 4 月，西安瑞联新材料股份有限公司通过线上会议接待机构调研 4 次，涉及机构超 40 家，包括广发基金、海通证券、华安基金、平安资管、泰康基金、天弘基金、万家基金、中欧基金、西部证券等机构。具体交流情况如下：

一、 参会人员

公司参会人员：董事长 刘晓春、财务总监兼董事会秘书 王银彬、证券事务代表 武丹

二、 调研主要问题

2022 年 4 月，公司发布了 2021 年年度报告和 2022 年第一季度报告，多家机构与董事长刘晓春先生、财务总监兼董事会秘书王银彬先生进行了交流，内容以相关财务指标、行业信息、公司业务情况及未来规划为主。具体回复情况如下：

1. 问题：未来公司的板块发展战略是怎样的？

答：液晶板块是公司的基本盘，公司的客户在行业内基本上全覆盖了，主要是争取更多的产品种类和市场份额。OLED 是公司长期看好的板块，要配合客户做好新品开发，做好工艺优化，积极开发国内客户。医药同样是公司的核心业务，目前的产品主要是中间体，会加快 GMP 工厂的建设，希望原料药有更好的表现。还有就是新能源板块，如果这个业务未来的收益能达到预期也会考虑扩大产能。

2. 问题：下游产品的降价是否会影响我们？

答：液晶面板的价格去年 3 季度前一直在上涨处于高位，虽然 3 季度开始降价，对于面板厂来说毛利是有所下降，但毛利和我们相比仍然不低，而且公司单体液晶的毛利已经很低了，所以面板降价基本不会影响我们。OLED 的价格还是可能会调整的，终端产品的销量增加提高了对 OLED 材料的需求，公司单批次订单的销量增加会降低一些成本，还有工艺优化，生产 OLED 的溶剂用量很大，可以通过溶剂套用、母液回收降低成本。所以 OLED 降价的

前提是毛利率上升。

3. 问题：液晶和 OLED 板块业务增长情况良好主要受益于哪些因素？

答：液晶板块受益于显示行业下游景气度和疫情导致的“居家办公”模式带动了公司显示材料业务的增长。大尺寸面板带来的材料耗用增加、通过公司积极的营销拓展对国内外客户市场份额的增加、产品品种的丰富都是有利因素。OLED 板块主要受益于 OLED 面板在不同终端领域应用增加，随着 OLED 良品率和使用寿命的优化，推动 OLED 电视出货量增长。从产品结构来看，公司发光层材料的收入进一步提升，蓝光氙代材料增长迅速，收入贡献大。百公斤级产品订单增加，小批量多批次的情况有所改善。

4. 问题：公司 OLED 板块的研发生产模式如何？

答：也是 CDMO 模式，是根据客户需求定制化生产研发的模式。

5. 问题：OLED 升华前材料业务未来是否会有其他的厂商进来竞争？

答：我们认为这不是一件容易的事情。一方面公司对下游客户基本实现全覆盖，也与客户长期维持了良好的关系，另一方面当前行业布局已经比较成熟，也存在技术壁垒，其他厂商进入存在一定难度。

6. 问题：氙代材料的订单增长后产能是可以保证吗？

答：我们测算过是没有问题的，今年下半年还会有车间投产，明年所有募投车间都会建成。而且氙代材料产线我们当时设计是月产 200 公斤，目前是没有满产的。

7. 问题：未来 OLED 的毛利率会下降还是会超过液晶？

答：会超过液晶的，液晶的毛利基本趋于稳定了，OLED 的毛利还在不断增长。公司还有很多产品订单属于多批次小批量的，随着百公斤以上的订单增多，毛利率会相对上涨。随着产品种类逐渐稳定，公司也开始做工艺优化，OLED 材料用到溶剂的量比较大，我们会进行溶剂套用、母液回收，毛利率也会有所增加。

8. 问题：OLED 国内客户有哪些，有飞凯材料吗？

答：我们给飞凯材料下面的江苏和成供应单晶，OLED 方面没有合作。目前 OLED 的国内客户主要是吉林奥莱德和烟台显华，同时也在积极和其他国内厂商接触。

9. 问题：国内 OLED 客户增速为什么会比较大？

答：公司 OLED 的客户主要以国外的为主，国内客户的占比很小，因为基数小，增速就显得比较快。

10. 问题：万润 OLED 产能增加比较多，对我们有何影响？

答：公司会根据客户的需求安排产能，并不是说增加多少产能就一定会有对应的产出，同时每个公司的产品类型和定位也是不一样的，客户黏度也不一样。

11. 问题：OLED 材料是否会在下半年下滑？

答：从市场端了解到的信息是 OLED 材料的需求还是比较大的，一方面 OLED 大屏电视销量比较好，三星也有计划向 LG Display 采购 OLED 屏幕，另一方面折叠屏手机销量也比较火爆，这些都推动了对 OLED 面板的需求。

12. 问题：OLED 百公斤级订单增加会有一些的规模效应，这是不是行业发展到一定阶段必经的过程？

答：是的。OLED 行业之前更新迭代比较快，客户下订单也比较小，产品种类也不稳定，所以公司的生产成本是比较高的，随着 OLED 终端产品的销量增加，单次订单的销量逐渐增大，对公司毛利影响是比较大的。

13. 问题：OLED 材料有按照终端产品划分用途吗？

答：并没有明确划分，但是氙代材料基本上主要应用在电视面板。

14. 问题：QD-LED、Mini-LED 等新技术对行业和公司有影响吗？

答：Mini-LED 技术是对发光源进行改变，还是使用液晶的，相当于延长了液晶行业的寿命，QD-LED 也是在性能上做提高，对公司没有太大影响。随着技术成熟、良品率提高，如果 OLED 成本、价格下降，在大尺寸面板上

的市场份额逐步增加是个大趋势。

15. 问题：公司有没有考虑往升华后材料发展？

答：公司主要做升华前材料，升华后技术也有，不过是为了评价我们的升华前材料是否符合客户的要求，升华后材料还涉及到专利问题，公司也不愿意和下游客户竞争市场，公司不会往下做。

16. 问题：未来 OLED 发光层和通用层的收入占比是否会发生变化吗？

答：2021 年发光层的收入占比超 70%，通用层不到 30%。未来发光层会越来越的，假设公司未来产品结构不发生变化，仅氙代材料的增加就会拉高发光层收入的占比。

17. 问题：OLED 发光层和通用层的技术难度对比？

答：发光层材料的技术要求更高，因此发光层材料的售价也比较高。

18. 问题：请预计液晶和 OLED 的发展趋势？

答：2022 年公司液晶板块预计会有增长，但不如 2021 年那么多。公司对 OLED 持续看好，应该会有较高的增长。一方面 OLED 在手机、手表、平板电脑等小尺寸屏幕上有很好的表现，尤其是折叠屏手机；另一方面是 OLED 电视的出货量增速比较高，2021 年销售 740 万台，2022 年将超过 1100 万台，而这个数字在电视行业中的占比只有 4%，未来的增长空间还是非常大的。。

19. 问题：未来液晶材料的毛利率如何？

答：如果汇率和原材料价格相对稳定的话，液晶的毛利也是相对稳定的。

20. 问题：车载显示中会采用那种屏幕？

答：从目前的数据看都有，一方面是因为不同位置的显示面板功能和要求不一样，另一方面是因为汽车档次的原因会采购不同的面板。

21. 问题：客户对我们哪个方面是最看重的？

答：我们做显示材料已经很多年了，不仅仅是某一个产品做的很好就行，更重要的是公司整体的质量管控体系，要能够提供稳定的、持续的、快速的研发和生产，而且因为规模化效应价格也能够做到比较低。此外，客户对我们的审计不仅仅是混晶厂的审计，面板厂也会对我们审计，我们的质量管控和生产是经得起检验的。

22. 问题：基于医药板块的模式和技术壁垒，如何和其他同行业竞争？

答：公司的业务都是基于小分子有机化学合成，也是我们的核心技术。液晶、OLED、医药中间体都是有机化学合成产品。我们的模式是从客户的研发开始跟，从临床一期、二期、三期直到上市。我们和日本客户的合作历史非常悠久，客户对于公司也是比较认可的，基于日本良好的商社文化，对公司在日本打开医药市场也有助力。

23. 问题：公司对于医药板块的整体构想如何？

答：公司目前做的是医药中间体，未来我们的方向是生产原料药，我们目前在建设 GMP 工厂，今年下半年开始做几个验证批次的生产，目的是拿到药品生产许可证，之后开始申请 GMP 认证，也会申请 FDA 的认证。

24. 问题：医药业务在公司是独立的团队运营吗？

答：目前有专门负责的市场团队、研发团队，但是并没有独立出来，未来这个板块是相对比较独立的，公司也会招聘一个医药行业的领军人物全权负责医药业务的发展。

25. 问题：医药管线的销售情况如何？

答：主力产品的销售一切正常。与 PA0045 配套的中间体目前已经通过验证，下半年会开始放量。终端药是治疗子宫肌瘤中间体，欧洲那边的上市申请预计下半年就通过了，可以开始量产备货。

26. 问题：目前在研的医药管线有没有像 PA0045 这样的支柱产品？

答：是有的，只不过放量需要时间，PA0045 的放量也是有过程的。

27. 问题：医药的收入增速为什么不如显示材料？

答：做医药本身就是需要有耐心的，尤其是我们还是以创新药为主，医药的管线比较多，到去年年底有 100 条，但是这些管线的产品的量都很小，要形成千万级的产品甚至是支柱产品，是需要一个漫长的过程的，所以医药中间体的增速比较慢。但把医药作为重点发展板块的战略是不会改变。

28. 问题：PA0045 的原料药能给我们做吗？

答：这个原料药的车间投资比较大，要求比较严格，目前客户并没有相关的诉求，也不符合公司发展要求。

29. 问题：管线的增长来源于新客户还是老客户，未来还会保持增长吗？

答：有老客户也有新客户，公司会继续拓展客户，管线也会继续增长。目前公司只做中间体，一些客户接触了之后希望我们能做到原料药，相信我们的 GMP 工厂投产后会更有竞争力。

30. 问题：电子化学品中那些产品比较重要？

答：已经形成较大的销售的还是我们在年报中提到的膜材料中间体和光刻胶单体等。

31. 问题：做膜材料和我们的主业有哪些相关性？

答：膜材料里面的一些添加剂、引发剂都涉及有机合成，这是我们擅长的，但是最终成膜就涉及高分子材料了，我们也招聘了一些研究高分子的人才，这部分的研发我们已经做了两年多了，还是有一定经验的。

32. 问题：电子化学品的整体思路还是围绕显示面板吗？

答：是的，围绕显示材料的辅助材料，也会涉及其他新能源材料。

33. 问题：公司为什么想要发展新能源项目？优势在哪里？

答：公司的技术都是基于小分子有机合成领域，新能源项目本质上也是化学合成，与公司的核心竞争力匹配，结合自身优势，公司也想抓住新能源市场红利，工艺优化和中试放大都是我们擅长的，在产品品质和成本上还是有信心的。

34. 问题：VC、FEC 的进度如何，是否受疫情影响进度？

答：公告的建设期是 9 个月，计划 3 季度投产。疫情确实对进度有所影响，我们也和施工单位沟通加派人员赶工。

35. 问题：实验室的 VC 样品或者中试的产品是否能送给客户验证？

答：市场是不接受样品验证的，都是用量产的产品做验证。

36. 问题：如果未来新能源材料供大于求，公司的优势有哪些？

答：市场确实有很多的公司电解液添加剂这方面新建了产线，但能不能贡献那么多产能，多久能实现现在还不知道。成本其实差别不是特别大，公司的核心优势是品质控制，从生产过程品控到后期检测手段，我们都是比较有信心的，可以保证产品质量的稳定。

37. 问题：疫情对公司的生产影响大吗？

答：公司的生产车间在陕西渭南，工人吃住都在工厂内，对生产不会造成大的影响。

38. 问题：柔性产线的模式是怎样的，哪些步骤可以共用？

答：一些产量大的产品有专线，这些专线设备只能用于生产目标产品。其他产品会根据相同的反应类型共用一些特定功能的反应釜。

39. 问题：公司现金资产比较多，有何用途及规划？

答：现金中大部分都是募集资金，会按照对应的募投项目使用，其他的资金用于日常经营。

40. 问题：汇率对毛利率有何影响？

答：汇率波动对外贸型的企业是无法避免的，公司会采取多种手段积极应对。近期人民币的波动确实对公司带来一些正向影响，但公司仍将以主业为主，深耕产品品质，增加营业收入，继续优化工艺，降低一些成本。

41. 问题：销售费用增加的原因？

答：主要是市场开拓的费用，还有就是运费的增长，剩下的就是人员工资。

42. 问题：在建工程比较大，内容是什么？

答：主要都是募投项目，西安这边是科研检测大楼，大概年底投入使用。渭南的主要是原料药车间，预计一期 6 月底可以完工。蒲城的是液晶和 OLED 项目，预计今年还会有一个车间投产。此外新能源项目预计年中完工。

43. 问题：一季度存货为什么那么大？

答：存货中包括原材料、半成品、库存商品、已经发货但没确认收入的发出商品。其中半成品及库存商品接近 7 成，相对于公司每月 1 个多亿的收入，这个数据并不是很高。

44. 问题：公司是否有股权激励计划？

答：公司在去年 9 月底已经开展了限制性股票激励计划，今年也开展了回购公司股份的计划，未来也将用于员工持股计划或股权激励。