

润贝航空科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

证券代码：001316

证券简称：润贝航科

编号：2022-03

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	中欧瑞博 刘飞 太平洋证券 马浩然
时间	2022年11月22日
地点	润贝航空科技股份有限公司会议室
上市公司接待人员	董事会秘书：徐烁华 副总经理：田野 证券事务代表：陈晓宇
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、 润贝航科简介环节</p> <p>二、 互动交流环节</p> <p>1. 公司的航材分销业务市场容量是怎样的？</p> <p>根据 QY Research 的调研报告，中国的航材分销市场规模增长较快，预计中国航材及航化品分销市场将由 2020 年的 16 亿美元增长到 2027 年的 31 亿美元，年复合增长率为 8.61%（2021-2027）。不过这个数据是包括了航材中的金属材料，润贝的业务不涉及金属类航材。具体到润贝产品类别而言：（1）航空油料分销市场 2020 年规模为 1.81 亿美元，预计 2027 年达到 3.27 亿美元；（2）航空原材料分销市场 2020 年规模为 10.4 亿美元，预计 2027 年达到 20.82 亿美元；（3）航空化学品分销市场 2020 年规模约为 3.73 亿美元，</p>

预计 2027 年达到 7.06 亿美元。

以上是对于航空油料、航空原材料和航空化学品细分市场的预测。从更宏观的角度来看，中国商飞的《市场预测年报（2021-2040）》显示，20 年内中国航空市场将接收 50 座级以上客机 9084 架（包括机队的新增及替换更新）。目前机队规模为 4000 架左右，到 2040 年，中国的机队规模将达到 9957 架。机队规模的倍增对于上下游有一定带动作用。

2. 请问公司在行业内竞争地位如何？比如市占率、竞争对手情况等？

经过近 20 年的行业沉淀，公司凭借齐全的业务资质、快速的客户响应能力、高效的信息系统管理和仓储物流服务、一站式产品供应能力和贴近市场的销售网络，已经成为国内乃至亚太地区的主要航空公司、飞机维修公司、飞机制造商及 OEM 厂商的重要航材分销商，也是 A 股中首家主营业务为航材分销的上市公司。

同行业境外上市公司有 AM、伟司科等，通常上游原厂会按照区域、细分产品或主要客户对航材分销商进行授权，因此国外的同行业公司与公司不构成直接竞争。

从国内航材分销行业格局来看，截至 2021 年末全国取得航材分销资质的企业数量为 238 家，但与公司业务形成主要竞争的企业只有 5 家左右且规模相对较小。按产品品类分别来看市占率，以占公司主营比重较大的航空油料为例，2020 年公司实现的航空油料相关营收为 2.92 亿元，根据 QY Research 报告粗略估算，占中国航空油料分销市场规模比重为 23.25%。而由于航空原材料及航空化学品种类繁多，且品类划分无统一标准，目前无准确的细分市场数据统计占有率。

3. 公司国产化自研航材业务的情况是怎样的？

公司已形成销售的自研航材的品类主要有航空化学品（比如消毒剂、清洗剂、预润擦拭纸等）、航空原材料及其他消耗件（比如飞行员耳机、胶带、壁纸、板材等）、地面支持设备（地勤耳机）等。自研产品的营收从 2019 年的 800 万以上，到 2020 年的 3000 万以上、2021 年的 2000 万以上，2022 年上半年的 1700 多万，整体处于良好增长态势。

2022 年上半年，公司加大自主研发产品开发和市场推广力度。自研自产航材较去年同期销售收入同比增长 69.12%，营收占比提升 4.10%，自主研发产品销售额的增长带动公司整体毛利率增加 0.87%。自研航材的毛利近几年稳定保持在 60% 以上的水平。

4. 公司目前主营有九成是航材分销业务，作为一个贸易分销类企业，过去几年分销业务的毛利基本在 30% 左右，相比普通贸易分销类企业较高，是什么原因？

这主要是航材分销的行业特性及业务实质决定的：（1）航材分销商能为上下游提供相应商业价值与服务附加值，是我国航材流通过程不可或缺的角色；（2）航空业对专业性、安全性及适航性要求极高，下游客户必须根据飞机维修手册等专业技术资料采购航材，价格敏感度较低；（3）航材分销行业壁垒较高，市场参与者较少，竞争程度相对较低；（4）参考同行业境外上市公司如 AM、伟司科等毛利可知，航材分销行业毛利率普遍较高。

5. 民航业对航材的及时性要求比较高，公司如何保障快速、及时响应客户需求？

公司较早在行业内开启信息化管理，积累了大量客户应用数据。公司会根据下游客户经营特点，如航班飞行状况、飞机的维修或定检计划、飞机制造商生产计划等因素，并结合公司自身的库存状况对通用性较强且使用频率较高，用量相对较大或者相对稳定

的航材进行针对性备货，既能保障客户对航材的安全库存，又避免仓库积压浪费。

此外，公司与部分客户采用寄售服务模式，公司将相应的产品发送至客户指定的寄售仓库，客户可随时领用，定期结算。此种模式能有效降低客户备货压力，同时也提高了客户对公司的粘性。

物流方面，为及时响应航空领域客户时效性要求，公司在全国建立仓库或服务网点，并需要了解航材存储特殊要求，做好库存管理，动态跟踪客户的产品消耗情况，及时配送。

6. 公司投入最大的募投项目是自研航材的生产基地项目，预估对公司收入的影响是怎样的？产能消化方面有怎样的安排？

生产基地项目拟新建 4 条生产线，分别为：年产 1.2 万平方米的舱内装饰膜生产线、1 万平方米的航空特种功能胶带生产线、250 万升的消毒清洗剂生产线、4500 平方米的飞机散货舱地板和 1.8 万平方米的飞机散货舱侧板生产线。根据募投项目可行性研究的测算，项目的税后投资回收期为 5.83 年，税后的内部收益率为 20.71%。

产能消化方面，相关产品已经形成销售，生产基地项目是对目前产能的补充，且本身公司对于募投项目的投入与产能计划主要是基于市场需求情况而决策。

为响应航空产业链的快速发展而给国内航材生产企业带来的发展机遇，公司已对相关产品的技术、取证、人才、销售等布局储备，未来将充分利用航材研发、适航认证、销售渠道、客户粘性等先发优势，结合目前已建立的“产业联盟”等机制，为研发、生产和销售提供持续的发展动力。

	<p>7. 随着中国商飞 C919 的交付与不断发展，对公司业务发展、战略规划方面的影响是怎样的？</p> <p>截至 2022 年 11 月珠海航展，C919 累计在手订单超过 1100 架，今年 9 月 29 日，商飞 C919 已取得中国民航局型号合格证（TC），预计今年内首架机交付中国东航。随着国产大飞机生产交付的增加，预计对公司无论是分销业务和自研航材业务都有提升拉动的机会，但具体到产品的采购，商飞也会动态的调整。公司作为国产大飞机产业链上的企业，将继续坚持双轮驱动的战略，做精分销业务的同时加快自研航材的国产化替代。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2022 年 11 月 22 日