

证券代码：002969

证券简称：嘉美包装

债券代码：127042

债券简称：嘉美转债

嘉美食品包装(滁州)股份有限公司

2023 年度业绩说明会投资者活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他：（请文字说明其他活动内容） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称及人员姓名	嘉美包装2023年度业绩说明会采用网络远程方式进行，面向全体投资者
时间	2024 年 5 月 21 日 15:00-17:00
地点	深圳证券交易所“互动易平台” http://irm.cninfo.com.cn “云访谈”栏目
公司接待人员姓名	主持人：嘉美包装 董事长，总经理：陈民 董事，副总经理，董事会秘书：陈强 财务负责人：季中华 独立董事：何冰玉
投资者关系活动主要内容介绍	<p>首先，由公司接待人员对公司整体情况作了简要介绍。</p> <p>2023 年度，随着外部经济环境、终端消费需求恢复常态，公司重启上市时制订的三年发展目标，“全产业链饮料服务”平台也进入正常运营状态。公司传统客户订单数量回升至正常可比年份平均水平，新客户、新市场、新商业模式下的订单已形成规模。</p> <p>2023 年度，公司继续调整结构、提质增效、练好内功。</p>

证券代码：002969

证券简称：嘉美包装

债券代码：127042

债券简称：嘉美转债

平台战略已覆盖了市场热销饮料品项（含果冻汽水、燕麦奶、厚椰乳、椰奶、椰子水、豆奶、咖啡、含气饮料等细分领域）里的初创品牌、网红品牌、跨界品牌、新零售、连锁茶饮的自有产品、白牌产品、传统头部饮料品牌的新品类等一批潜力客户，部分头部客户订单数量增长明显，综合灌装的商业模式发展态势良好，有望达到盈亏平衡点并成为公司新的盈利增长点。平台 OBM 业务中的产业投资协同也有了初步布局，为下一步挖掘可持续增长点打下基础。公司充分消化历年来使用留存收益和募集资金持续进行的资本性开支，不断完善 OEM 业务能力，拓展 OBM、ODM、OCM 能力，打造好“全产业链的饮料服务”平台，响应市场趋势和消费者需求的持续迭代，促进自身更好的和可持续的发展。

在植物蛋白饮料、含乳饮料、混合蛋白饮料、凉茶等细分领域的传统核心客户中，公司在其供应链中所占份额比重稳中有进，订单数量稳定在正常可比年份平均水平；部分传统核心客户订单数量增长明显；新拓展的能量饮料领域里的头部品牌客户、植物蛋白饮料新兴品项的头部客户都实现了持续规模化的订单交付。各业务板块交叉销售有序进展。传统优势业务的稳定为公司发展奠定了良好基础。

2023 年度，公司“全产业链的中国饮料服务平台”战略稳步推进，传统核心客户增量、新客户、新产品、新业务发展态势良好，第一大客户占比、单一大客户依赖风险显著降低。

2023 年度，公司业绩基本达标，三年发展目标有了良好开端。公司团队将持续努力，实现辉煌，冲刺新高。

2024 年一季度，公司进入重启上市时制订的三年发展目标的第二年。公司充分消化股改后历年来使用留存收益和募集资金持续进行的资本性开支，完善 OEM 业务能力，拓展 OBM、ODM、OCM 能力，打造好“全产业链的饮料服务”平台，响应市场趋势和消费者需求的持续迭代，促进自身更好的和可持续的发展。“全产业链饮料服务”平台进入发展轨道，新客户、新市场、新商业模式下的订单已形成规模效益，传统客户订单数量稳定在正常可比年份平均水平。

在植物蛋白饮料、含乳饮料、混合蛋白饮料、凉茶等细分领域的传统核心客户中，公司在其供应链中所占份额

证券代码：002969

证券简称：嘉美包装

债券代码：127042

债券简称：嘉美转债

比重稳中有进，订单数量恢复至正常可比年份平均水平；部分传统核心客户订单数量增长明显；新拓展的能量饮料领域里的头部品牌客户、植物蛋白饮料新兴品项的头部客户都实现了持续规模化的订单交付。各业务板块交叉销售有序进展。传统优势业务的恢复为公司发展奠定了良好基础。

2024 年一季度，公司“全产业链的中国饮料服务平台”战略稳步推进，传统核心客户增量、新客户、新产品、新业务发展态势良好，第一大客户占比、单一大客户依赖风险显著降低。公司团队将为“实现辉煌”的年度发展目标持续努力。

公司以饮料生产代工 OEM 业务为抓手，发展饮料 ODM、OCM、OBM 业务，专注打造“全产业链的中国饮料服务平台”，秉承“精细制造、精致品质”服务理念，与新老客户共同成长。

公司全产业链的中国饮料服务平台，是以饮料 OEM 为中心，全方位提供饮料配方研发，渠道，品牌营销，产业投资等 ODM,OCM,OBM 服务。目前已覆盖豆奶，燕麦奶，椰奶，厚椰乳，椰子水，咖啡，果冻汽水，含汽饮料，奶茶，茶，啤酒，汽泡酒，杏仁乳，核桃乳，凉茶，等饮料流行品类里的创新品牌，跨界品牌，新零售，连锁茶餐饮，白牌产品，网红品牌，头部品牌新品等众多客户。

公司的 OEM 业务是指饮料生产的代工制造。在“全产业链的中国饮料服务平台”的战略中，公司 ODM 业务指产业链向上游延伸到包含饮料配方研发，饮料品牌设计的饮料代工业务；公司 OCM 业务指产业链向下游延伸到包含渠道分销、品牌营销的饮料代工业务；公司 OBM 业务指包含产业投资参股等方式的全方位的饮料品牌打造。

公司饮料服务平台 OBM 战略也初具规模，参股投资了包括“可可满分”“柠檬共和国”等多家饮料初创企业。业务上公司饮料代工生产覆盖了近期流行的椰子水，椰奶，厚椰乳，豆奶，咖啡，果冻汽水，纯茶等饮料品类，覆盖了传统核心品牌客户的新品类，新零售，连锁茶饮、餐饮，线上渠道品牌的自有白牌预包装食品，网红品牌，初创品牌等客户。

公司传统核心客户为使用金属包装容器灌装的蛋白饮料类产品和植物凉茶饮料类产品。也广泛覆盖了啤酒类品

证券代码：002969

证券简称：嘉美包装

债券代码：127042

债券简称：嘉美转债

牌客户，和使用无菌纸包灌装的饮料类品牌客户。使用金属包装容器灌装的能量饮料则是公司业务新的增长点。公司全产业链的中国饮料服务平台既服务于饮料，啤酒类的头部品牌，也服务众多的区域性品牌，更适合头部品牌的新品相，初创品牌，网红品牌，跨界品牌，连锁茶餐饮预包装食品类产品，线上线下新零售的自有产品等。

公司目前有代工品牌的果味酒，精酿等业务，及销售自有品牌“喝吧”精酿业务，但规模非常小，是平台战略的组成部分。公司专注于“全产业链的中国饮料服务平台”战略，着重于服务饮料品牌，与饮料品牌共成长，自有品牌不是公司的战略方向。

其次，以投资者提问的方式进行了互动交流，以下为互动交流的主要内容：

1.公司寄予厚望的综合灌装业务，客户体量一般较小且需要扶持，记账时是否会体现为应收账款账龄延长，计提坏账准备时会与大客户分别使用不同的标准吗？

答：公司对大部分非头部品牌客户的信用政策相对严格，通常无信用账期（预收全部或部分订金）或较短账期，公司的坏账准备政策保持一致。

2.公司重启上市时制订的三年发展目标，分别为基本达标，实现辉煌，冲击新高。其中的定量指标，是否可以理解为与公司正常年份的收入利润水平相比较后的目标？

答：公司近十年来在外部环境正常年份，业绩通常可以在30亿左右的营业收入，2亿左右的营业利润。公司上市后三年目标正是基于往年通常水平制订的发展目标。

3.新无菌纸包项目是否已经投产，目前白奶市场消费疲弱，公司能否消化新增产能，至少实现盈亏平衡？

答：新无菌包项目硬件系统已安装完毕，正处于软件系统调试阶段。

4.二季度以来铝等大宗原材料价格大幅上涨，公司如何应对，能否保持正常毛利率水平？

答：二片、三片饮料罐行业通常都有与大客户的价格

证券代码：002969

证券简称：嘉美包装

债券代码：127042

债券简称：嘉美转债

	<p>转移机制。主要原材料价格的上涨通常主要由客户承担。</p> <p>5.新无菌纸包项目是否已经投产，目前白奶市场消费疲弱，公司能否消化新增产能，至少实现盈亏平衡？</p> <p>答：白奶用无菌纸包对公司而言是个全新的细分市场，且市场空间超 800 亿包，相比公司新增的 50 亿包产能，有较好的市场拓展空间。同时无菌包的市场格局在调整中，对公司来说是个较好的切入时机。</p> <p>6.陈总与控股股东签订的股份转让协议一直没有执行，是因为价格太高吗，后续如何计划？</p> <p>答：控股股东与实控人间的股份转让不影响公司控制权和治理架构，在转让流程当中。</p> <p>7.公司一季度销量和收入同比出现小幅度下降，请问是什么原因？当前行业情况是否低于年初预期？</p> <p>答：2024 年一季度公司总体销售数量增长而营业收入小幅下滑是因为平均销售单价随主要原材料价格下降有相应调整。总体上公司订单情况处于通常年份平均水平、与年度预算基本相当。</p>
附件清单	无
日期	2024 年 5 月 21 日