

证券代码： 300883

证券简称：龙利得

龙利得智能科技股份有限公司
2025 年 10 月 15 日投资者关系活动记录表

编号：2025-003

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	中航证券研究所 中小盘分析师 周子硕 中航证券研究所 先进制造分析师 闫智
时间	2025 年 10 月 15 日（周三）下午 15:00-17:00
地点	上海市奉贤区科工路 998 号 龙利得包装科技（上海）有限公司会议室
上市公司接待人员姓名	1. 副总经理、董事会秘书 尹雪峰 2. 证券事务中心 王琪瑶
投资者关系活动主要内容介绍	一、介绍了公司近期业务发展及经营情况 二、交流主要问题及回复概要如下： 1. 公司正从“传统运输包装提供者”向“面向终端消费者的包装解决方案服务商”转型。这次转型在产品结构、客户结构和盈利模式上带来了哪些具体变化？转型至今，高毛利的终端消费类产品（如彩盒、精品礼盒）在营收和利润中的占比变化是怎么样的？ 产品结构：产品线丰富，新增纸杯（碗）、纸袋、无纺布袋等，无塑水性无霉无害纸杯、无溶剂环保袋和彩盒包装收入增长。如纸杯分别通过澳大利亚生物塑料协会（Australasian Bioplastics Association）颁发的符合澳大利亚标准 AS 5810 的 conformity 证书、莱茵旗下 DIN CERTCO 颁发的“可堆肥材料制品”及“产品为适用于家庭和花园堆肥的可堆肥材料制品”的认证，提升了公司产品的国际认可度。 客户结构：客户群体多元化，涵盖覆盖了日化、家化、护肤品类、高端食品、茶饮类、快消类、披萨盒、户外用品、电子家电、高端器械、家居、农副产品、光伏类、烟酒、快递、危险品包装类等诸多领域。 盈利模式：以定制化产品销售为主，转向提供一站式包装综合解决方

	案，提升产品附加值和客户粘性。2023 年、2024 年、2025 年上半年，彩盒和环保纸袋等新兴消费类产品合计营收占总营收比例约为 0.77%、8.72%、9.57%。 2. 公司在防潮、防水、耐酸等纸制品功能技术上已取得突破。这些技术在未来 1-2 年内，计划具体应用于哪些新兴领域或客户产品？预计将对公司产品定价能力和市场份额产生何种影响？ 这些功能技术计划应用于附加值更高的新兴领域产品，如特殊日化，防水防潮定制类产品、海运、危险品包装、冷链包装、特殊食品等。 通过应用这些技术，公司旨在形成技术壁垒，为客户提供更高性能的包装解决方案。这将提升产品定价能力，对定价权、市场占有率有促进作用，高性能、功能性的包装产品通常具备更高的溢价空间。同时，扩大市场份额，满足特殊行业客户的需求，差异化竞争进入新的细分市场，增强产品综合竞争力。 3. 除了现有的食品饮料、日化等行业，未来 1-2 年公司计划重点开拓哪些新兴行业（例如，大健康、电子产品或奢侈品）？为切入这些新市场，公司在产品研发、销售团队或合作模式上是否有具体的规划和资源投入？ 除了传统日化粮油、食品品类，公司在巩固现有客户基础之上，进行清晰的战略升级，未来 1-2 年，公司将集中资源，精准切入高增长潜力的新兴行业。将重点关注，大健康与美妆领域，如生物医药、医美美妆等。高端快消与新消费品牌，如快消茶饮、高端餐饮、烟草行业等。 为确保成功切入并占领上述新市场，公司已进行了系统性的资源投入，构建了三大核心战略支点：1) 研发先行，2024 年，公司研发投入 3,372.5 万元，并已部署多个专项研发项目，旨在为生物医药、新茶饮等目标行业提供定制化的、具有技术壁垒的包装解决方案，从而构筑产品核心竞争力。2) 产能为基，公司在上海和安徽布局两大“文化科创园”，正是为了满足新市场的产能需求，也是开拓新市场的最核心资源投入。3) 人才为本，公司明确将持续加大在研发、营销、管理体系建设及国内外优秀人才选聘等方面的资源投入，以支持市场开拓。 4. 公司的智能制造系统融合了人工智能、机器视觉等技术，并形成了贯穿生产环节的智能系统。大数据平台和 AI 模型具体在哪些环节（如
--	--

	质量检测、排程优化或能耗控制）发挥作用？这些技术应用对提升良品率或降低次品成本有哪些可量化的改善？ 质量检测环节：龙利得通过大数据平台提取 AOI（自动光学检测）、CCD（电荷耦合器件图像传感器）和裁切产品数据，借助 AI 图像识别算法，建立模拟裁切模型，预估良品率。 生产排程环节：生产线自动化依赖于传感器、物联网设备和边缘计算技术，这些设备实时采集生产数据，包括机器状态、生产速度等。通过大数据平台，这些数据被存储、清洗和分析，为人工智能模型提供训练和推理的基础。人工智能算法可以分析生产线的实时数据，识别潜在的瓶颈或故障点，深度学习技术可以优化生产调度，动态调整生产顺序以最大化效率，从而实现更精准的生产排程。 能耗控制环节：大数据平台可以提取 PLC（可编程逻辑控制器）数据，分析影响损耗率波动幅度较大的原因，控制相应的生产因素，实现对能耗的有效控制，比如通过分析找出能耗高的环节和原因，采取措施降低能耗，使损耗率控制在一定水平。 5. 公司在生产过程中实现了数据的采集、分析与可视化。这些宝贵的数据能力，是否有计划向产业链上下游输出，例如为客户提供包装物库存管理、供应链优化等增值服务，从而开辟除产品销售外的第二增长曲线？ 从行业发展逻辑来看，数据作为重要生产要素，其在产业链协同中的价值正逐步凸显。若未来结合业务实际与市场需求，探索将数据能力应用于上下游服务（如供应链效率优化、库存管理协同等），理论上有利于进一步拓展业务边界、提升产业链粘性，为公司发展创造更多可能性。 不过，任何业务方向的拓展都需要结合公司战略布局、资源匹配度、技术成熟度及市场需求等多方面因素综合考量。公司会始终聚焦核心业务发展，同时持续关注数据技术等前沿领域的应用机遇，相关规划若有明确进展，将按照信息披露规则及时与市场沟通。 6. 公司未来整体的战略规划？是否有收并购的计划，将会做哪些业务的延伸？未来 1-3 年收入目标？ 关于公司未来整体的战略规划，公司会根据行业发展趋势、市场需求变化以及自身发展状况等多方面因素进行综合考量和制定。目前，公司正积极探索业务拓展和升级的方向，致力于提升自身的核心竞争力和市场影响力。
--	--

	在收并购计划方面，公司始终关注着市场上的各种机会，会根据战略发展的需要，对一些符合公司发展战略、具有协同效应的项目进行评估和考虑。对于业务延伸方向，公司会在巩固现有核心业务的基础上，积极探索与现有业务相关或具有潜力的新领域。 未来 1-3 年的收入目标，公司会根据战略规划和业务发展情况进行设定和调整。后续若有相关信息，公司将按照规定及时向市场进行公告。 7. 近几年行业的增速情况？行业增长的驱动因素有哪些？结构性变化有哪些？ 增速情况： 中宣部印刷发行局公开的数据显示，2024 年，全国共有各类印刷企业 10.9 万家，同比增长 2.3%；印刷总产值 1.5 万亿元，同比增长 3.9%。 增长驱动因素 消费升级与个性化定制需求增长：消费者对产品包装的美观性、功能性以及个性化定制的需求不断提高，推动了包装印刷和个性化印刷市场的发展。 电商物流发展对包装印刷的拉动效应：电商行业的持续扩张，带动了对包装印刷品的大量需求，如纸箱、标签等，成为包装印刷增长的重要动力。 环保政策与绿色印刷技术推广影响：环保政策的加强推动了绿色印刷技术的发展，如可降解油墨、再生纸基包装等需求激增，同时也促使印刷企业进行技术升级和转型，以满足环保要求。 喷墨印刷、静电成像等核心技术突破：数字化印刷技术的不断进步，提高了印刷效率和质量，降低了成本，拓展了印刷应用领域，如数字印刷在广告喷绘、包装印刷和标签印刷等领域的应用不断扩大。 结构性变化 印刷包装产品结构在满足大众化需求的同时，呈现品质化、个性化、定制化趋势，绿色印刷、数字印刷快速发展。随着我国社会经济的不断发展，印刷包装产品正向精细、精致、精品方向发展，包装产品的品种和特性也趋向多样化、功能化和个性化。 区域结构变化：东部沿海地区如长三角、珠三角和京津冀地区仍然是印刷行业的主要集中地，但中西部地区受益于“一带一路”倡议和产业转移政策，近年来增速明显加快。 8. 目前包装行业的竞争格局？公司在行业中的地位如何？公司的竞争优势有哪些？
--	---

	1) 竞争格局 就国内市场格局来看，除少数龙头企业与外资企业外，中国包装产品生产企业多数规模较小、技术水平较低，缺乏自主创新能力，从而导致行业低端市场竞争的无序，产品主要以低档次、低附加值产品为主。目前，我国包装行业竞争格局十分分散，行业仍处于完全竞争的市场阶段。 包装行业企业保持良好发展态势，智能化、绿色化转型正在为高质量发展积蓄更多动能、形成新的优势。一方面，工业互联网与物联网深度融合，包装生产设备将实现全自动化与远程监控，AI 智能检测系统可实时识别包装瑕疵，提高生产效率与质量稳定性。另一方面，绿色化转型则体现在可降解材料研发加速，纸质、生物塑料等环保材质占比提升;包装设计趋向轻量化、模块化，减少资源浪费;循环回收体系完善，可重复包装使用容器普及。智能化与绿色化协同，不仅降低企业成本、增强竞争力，更契合可持续发展理念，助力我国从包装大国迈向包装强国，为全球绿色供应链建设贡献中国智慧。 2) 公司在行业中的地位 公司是国内外纸包装行业知名企业，公司及其子公司先后荣获国家高新技术企业、国家两化融合贯标试点企业、国家数字化转型贯标试点企业、国家模范职工之家、中国印刷行业 100 强、安徽省优势印刷企业、安徽省智能工厂、安徽省数字化车间、安徽省专精特新企业、安徽省技术创新示范企业、安徽省两化融合贯标示范企业、全国安康杯活动竞赛“优胜单位（上海赛区）”、“上海市职工职业道德教育先进单位”、“上海市名牌产品”、“上海市著名商标”、“劳动关系和谐达标企业”、“上海职工学堂”、“上海印刷先进产业集群”、“上海市专精特新企业”、上海市智能工厂等荣誉称号。 3) 公司的竞争优势有哪些 (1) 工艺技术优势 ① 生产自动化与智能化领先性 ② 产品技术与功能创新优势 (2) 产品质量优势 公司紧密跟踪行业技术动态，以高效质量保证体系推动研发成果快速产业化，确保新产品及时抢占市场先机。 (3) 快速响应与综合服务优势 (4) 品牌影响力与客户资源优势 (5) 全链条成本控制优势 9. 公司的客户结构情况？主要下游行业占比拆分？哪些行业表现
--	---

	较好？ 客户结构情况：公司客户群体广泛，覆盖了日化、家化、护肤品类、高端食品、茶饮类、快消类、披萨盒、户外用品、电子家电、高端器械、家居、农副产品、光伏类、快递、危险品包装类等诸多领域。公司已与国内外众多知名品牌建立了长期稳定的合作关系。 主要下游行业占比拆分：从产品角度来看，2024 年公司包装制造业收入占比 100%，其中瓦楞包装业务收入占比 85.78%；工业用纸业务收入占比 3.79%；彩盒包装业务收入占比 2.82%；环保纸袋业务收入占比 5.90%。 表现较好的行业：环保纸袋业务收入增长最显著，2024 年同比增长 1999.51%，成为营收增长的重要驱动力之一。此外，食品饮料、日化家化、医药医疗等行业随着消费升级和产业升级，对包装的需求持续增长，也为公司提供了稳固的市场基础。 10. 目前公司产线是否用到机器人？未来是否有人形机器人的需求？ 公司作为“智能工厂”和“数字化车间”的典范，在自动化生产线中应用了大量的工业机器人。主要用于物料搬运、码垛、产品输送（如 AGV/AMR）等重复性作业环节，是实现自动化和智能化，降本增效的基础。随着公司长足的发展，未来会考虑实现人形机器人的应用。 本次活动没有涉及应披露重大信息的情况。
附件清单（如有）	无
日期	2025-10-15