

## 嘉美食品包装（滁州）股份有限公司

### 关于投资者交流会召开情况的公告

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。

#### 一、 本次交流会召开的情况

嘉美食品包装（滁州）股份有限公司（以下简称“公司”）于 2021 年 9 月 23 日 10:00-11:00 以电话会议的方式进行了投资者交流，公司董事会秘书陈强先生出席了本次投资者交流会，在信息披露允许的范围内与投资者进行了互动交流和沟通。现将本次交流的情况进行公告。

#### 二、 本次交流会投资者提出的主要问题及公司的回复情况

公司就投资者在本次交流会上提出的问题给予了回答，相关主要问题及答复整理如下：

**问题 1：**下游的饮料服务公司都是给预付款的形式，是在签订合作协议的时候就付一半的款项吗？

**答：**不是这样的情况。我们的客户对他们的下游客户预收款结算多点，公司对主要客户是正常的有信用期的结算方式，公司应收款平均周期在 30-35 天，存货周期约 50 天，应付款周期约 60 天，可以宽限至 90 天。因此运营资金期限基本匹配的，不需要太多的流动周转资金。

**问题 2：**公司的现金流情况是不错的，那么公司的上游相对来说是更弱势一点吗？

**答：**这是正常的行业惯例。公司应收款比同业更短点，是因为公司对最大的客户养元饮品因业务量大，资金占用多，所以账期比其它客户较短，平均只有 7-10 天，公司主要业务：灌装、三片罐、两片罐对品牌客户，王老吉是月结 45 天，其他品牌客户基本上是月结 30 天，非品牌客户是预收款，预收全款或者是部分款项。我们的相对弱势业务 PET 和纸包，还处在市场开拓阶段，对客

088

债券代码：127042

债券简称：嘉美转债

户大概有 30-90 天的账期，但这个占比不大。公司平均应收款周期是 30-35 天。存货周期维持在 50 天左右。应付款周期平均是 60 天，在长期合作的供应商当中我们可以获得信用宽限的期限至 90 天。

**问题 3：**公司跟养元、王老吉相对来说业绩的相关度比较高，养元和王老吉过去两年的销量都不是特别理想，会对公司的业绩有影响吗？公司整体再拓展大客户的难度有多高？新增产能的品牌规划是怎么样的？

**答：**饮料行业包括核桃和凉茶这两个品类基本上都在 2016 年左右达到了一个高峰，随后几年有调整，从今年和 2019 年来看，饮料行业基本上走出了谷底，有回升的趋势。2020 年是一个特殊的年份，由于疫情影响。公司三片饮料罐客户的目标市场中礼品市场占比较大，所以 2020 年疫情对公司比对其他企业有更高的冲击，业绩比其它同类可比企业下降的更多一点。但是这是特殊的情况，从 2021 年来，大家可以从饮料企业年报里看到，从 2019 年起已经触底反弹。

拓展新客户，我们的策略是全覆盖，以期成为未来饮料市场主要增长品牌的主要供应商。公司和可比同业相比最大的特点是，饮料生产的资产占比已经超过 50%，在饮料灌装生产方面，公司是投入最早、最大的。公司的战略是打造饮料服务平台，对此投入大，目前成效也比较显著，跟整个饮料市场的发展趋势比较吻合。公司业务是做直接接触饮料内容物的包装容器，整个业务发展趋势更接近饮料行业。

**问题 4：**公司本来是在金属包装、饮料包装领域，如果要切换到灌装领域，对公司的能力或其他方面的要求会有很大的不同吗？

**答：**没有很大不同。公司从 2011 年开始就进入了饮料生产领域，目前已经有十年了。公司包材业务是做跟饮料内容物直接接触的包装容器，是饮料不可分割的一部分，二者技术的相关性很大。通过多年的发展，公司已经是饮料生产领域产能最大的企业之一，特别是在金属罐领域。

**问题 5：**这个行业的竞争哪几个方面是最重要的？有没有排序？

**答：**产能规模是核心竞争力之一。采购、固定资产折旧、人工费用都和整个公司的产能规模有很大的关系。这个行业是资产密集型的行业，人工费用的成本也有一定占比，盈亏平衡点取决于生产规模，达到平衡点的量相对来说比较高，但是过了平衡点之后的边际效应也很高，所以规模决定了成本、竞争力。

088

债券代码：127042

债券简称：嘉美转债

同时产能规模也决定了对客户的交期有保证。饮料行业客户对产品质量、交期要求很高，可调整的空间的产能相对来说要比较灵活，交期才能有保证。

**问题 6:** 公司存在跟随客户属地化建厂的情况，那么如果分开来全国各地有几十个厂，那如何体现规模效应？也是需要每个工厂提供的产能也要达到比较好的状态吗？

**答：** 是的。跟随客户，跨区域肯定是不经济，所以要在有市场需求的地方配套产能，要有足够大的规模才能有经济效益。

**问题 7:** 其实就是围绕着大客户的周围去跟对方抢占市场份额，每个区域都要去抢市场份额，然后达到比较大的规模，这样就会有优势，可以这样理解吗？

**答：** 是有一定关系。大客户可以基本保证盈亏平衡的需求，当然也是有一定风险的。

**问题 8:** 养元因为疫情下滑到谷底的速度很快，恢复也很快，达利这几年增长也不是很快，黑芝麻收入还是下降的，公司对于一些饮料的新势力、包括啤酒灌装这方面的客户有什么战略方向吗？

**答：** 公司在打造饮料服务平台的战略。目前饮料市场在新的消费群体成为主力之后，跟前 10-20 年并不是特别一样，可能以后新的品类、产品、品牌会不断地迭代，不管是初创企业的新品，还是老品牌的新品。在这个过程中，就不像 10-20 年前饮料企业爆款的单品那样，一个单品能做到十亿、百亿的规模。在这样一种新的饮料消费的特点下，我们认为不管是老品牌，还是新品牌，或是新的资本进入饮料市场，轻资产都是比较理性的选择。我们重资产做代工企业，是比较贴合市场趋势的战略选择。目前来看公司平台战略跟整个饮料市场的发展是比较契合的，市场上能看到的品牌基本上都和我们有合作，饮料的新资本或者老品牌的新产品跟我们合作的覆盖面足够广，而我们的策略就是全覆盖，希望未来饮料市场的增长点是在我们覆盖的客户中，包括最近比较流行的含气饮料，公司也基本覆盖到，以及燕麦奶、椰奶也都是在公司代工的。就目前的业绩来说，我们的利润来源还是原来的那些大单品，而这些都是未来的增长点，并且希望未来能够成为主要的利润来源。

**问题 9:** 开拓一个新客户的时间大概需要多久？难度是不是也不大？

**答：**由于公司持续的投入，产能覆盖面是足够的，目前来看公司可以达到绝大部分客户的验厂标准。

**问题 10：**对于包装或者灌装而言，同一条产线在不同的客户产品之间切换是比较容易的吗？

**答：**我们现在有六个饮料生产基地，其中有两个是专门为六个核桃配套的，另外四个是综合性的生产基地，有各自的业务长处，它们可以在同一品类的客户之间切换，都满足柔性生产的要求。

**问题 11：**公司这几年的亏损相当于是成本前置、培育市场，预计这个过程大概还需要多久能够达到盈亏平衡然后超越过去？

**答：**基本上今年就可以实现，灌装业务整个板块一直都是盈利的，今年应该可以实现单个基地全部盈利。

**问题 12：**今年原材料涨价非常厉害，这方面的定价情况是否可以介绍一下？

**答：**这属于包材板块，三片罐、二片罐都是跟主流客户成本加成定价，都是以主要原材料期货价格为基准，再加上加工费的形式。理论上原材料涨跌可以转移，但这里存在着滞后和幅度，还需要商务谈判来解决。原材料上涨的过程中，包材企业吃亏可能性更大，但在下跌的过程中，又有赚回来的机会。从长的周期来看是可以完全转移，但是在阶段性过程中，会存在调整不及时、调整幅度不是百分百契合的可能。在今年这么大涨幅的情况下，对公司的盈利是有点影响。

**问题 13：**公司今年涨价对下游的压力比较大，原材料涨了 70%、80%，换算成产品价格，也就是罐子的价格可能要涨 30%、40%，有没有这个幅度？

**答：**对公司来说原材料这么大幅度的上涨是有些影响，今年目前的盈利水平没有销量增长得快主要就是这个原因，原材料价格涨得太快，没有完全转移出去，但也转移了大部分。公司是做跟饮料直接接触的内包装容器，是饮料行业的一部分，整个产业链都要共同来消化。

**问题 14：**养元去年受疫情影响较大，今年也会有很好的恢复，公司前几年在灌装领域是成本前置的，今年有可能进入盈亏平衡以上，总体来说公司的情况就应该在去年触底了，然后今年开始会有比较好的增长？

**答：**因为 2020 年是个特殊年份，没什么可比性，和 2018、2019 年比，是

088

债券代码：127042

债券简称：嘉美转债

增长的。

**问题 15:**公司 2016 年是 2 亿多的净利润，2017 年 1 亿不到，2018、2019 年又比较稳定，是 1.5 亿以上，这个利润波动跟收入比还是比较大的。公司未来盈利区间可能是 1.5 亿-2.5 亿之间吗？

**答:**2017 年不到 1 亿的净利润是因为股权激励。公司正常年份净利润平均都在 2 亿上下。我们的平台战略目前来看是有初步成效的。细分来看，通过近年的调整，公司在蛋白饮料领域里露露、银鹭、旺旺等三片罐客户的份额持续在增长，产能利用率有望达到历史最好水平，而功能饮料领域有额外的市场机会，功能饮料不像蛋白饮料那样生产销售季节性突出，对公司是边际效应很高的订单。这是目前我们最主要的利润来源三片罐的情况，可以说是比较乐观的。另一个重要的领域就是灌装，每年虽然都是盈利的，但是几家单体公司亏损，目前来看有望不拖后腿甚至可以盈利。在二片罐领域，目前来看我们的专利产品有规模化的订单，这也是盈利比较大的增长点。

**问题 16:**现在整个行业的竞争格局相对比较分散，但也在集中过程中，整合过程预计速度和未来终局是什么情况？

**答:**从真正能形成竞争的市场来说，我们分版块介绍：三片罐集中度非常高，在整个市场占比 70%、80%，在可竞争领域达到 90%多，行业平均毛利都很正常，大家服务的客户的份额相对来说比较稳定，有一个变化就是中国红牛和泰国红牛的诉讼的影响。二片罐和三片罐，在 2013、2014 年实际上是完全不同的两个细分行业，行业集中度都非常高。这之后原来做三片罐的公司基本上都切入了二片罐市场，导致产能很快超过了需求，形成了价格战，行业平均毛利大幅下降。经过这五六年的整合，原来头部企业基本上都出局了，现在还有宝钢包装、中粮包装、奥瑞金、昇兴这四家，再加上规模较小一点但一直准备发力的这几家公司，目前行业平均毛利率在 10%左右，供需基本平衡。二片罐啤酒的需求一直在增长，因此目前大家的产能利用率都不低，基本上都在 80%、90%、甚至更高。

公司可转换债的两个二片罐项目会按正常进度做，但最近公告的鹰潭二片罐项目会比较迫切地去做。公司为王老吉代工使用的包材目前都是采购别的供应商，因为我们二片罐只有广西区域一个生产点，无法供应我们的灌装生产，

证券代码：002969

证券简称：嘉美包装

公告编号：2021-

088

债券代码：127042

债券简称：嘉美转债

---

再加上公司的创新产品 ABC 罐目前有爆发的趋势，客户订单远远超过我们的产能，所以我们着急投入鹰潭二片罐工厂建设。

**问题 17：**公司的专利产品是竞争对手不能做的吗？

**答：**行业内公司有不同的方向，有类似的产品，但商业化运用的前景有区别。

**问题 18：**预计鹰潭项目投产是什么时候？

**答：**希望能在明年春节前后。

特此公告。

嘉美食品包装（滁州）股份有限公司

董事会

2021 年 9 月 24 日