

聚胶新材料股份有限公司

投资者关系活动记录表

证券简称：聚胶股份

证券代码：301283

编号：2023-001

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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 checked="" type="checkbox"/>现场参观 <input type="checkbox"/>其他_____</p>
<p>形式</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>现场 <input type="checkbox"/>网上 <input type="checkbox"/>电话会议</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>富国基金曹晋、富国基金孙萌、 泰康资产曹令、国泰君安证券李旋坤</p>
<p>时间</p>	<p>2023年2月7日上午10-12点</p>
<p>地点</p>	<p>公司会议室</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事长兼总经理陈曙光、董事会秘书师恩成、 证券事务代表廖燕桃</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>一、现场参观以及介绍工厂情况 二、互动交流，主要内容如下： 1、波兰工厂产能利用率情况？预计何时达产？ 波兰工厂于2022年10月建成后开始投产，产能利用率提升还有一个爬坡的过程，得根据需求而定，客户从一个工厂切换到另一个工厂需要重新进行严格认证，需要一定时间。 2、整体产能是如何规划？广州新工厂的作用是什么？ 2022年10月已正式动工建设产能12万吨的广州新工厂，2022年10月建成的波兰工厂产能6.1万吨。下一步，公司将根据战略规划以及美洲市场的开拓情况，考虑适时在墨西哥投建北美工厂，规模估计与波兰工厂差不多，但目前尚未确定。 广州新工厂主要是服务中国市场、除中国市场外的亚洲市场，以及覆盖波兰工厂无法覆盖的区域。 3、市场规模以及各区域市场规模？另外印度、非洲的婴儿纸尿裤、妇女卫生巾普及率大概是多少？目前印度、非洲的市场用量是多少？ 市场规模没有官方确切数据，根据下游市场数据测</p>

算，2019年卫材热熔胶国内市场容量约为30亿元左右，全球市场容量约为150亿元左右。

目前印度和非洲的婴儿纸尿裤、妇女卫生巾的普及率也没有官方确切数据，但据公司了解目前其市场渗透率远远低于成熟市场，因此，目前整体用量不大。未来随着家庭可支配收入的增加，印度、非洲等新兴市场未来面临着巨大的增长机会。

4、根据过往经验，预测未来几年全球市场每年增速是多少？主要增长是来源于哪些方面？

根据公司管理团队多年从业经验和对市场的了解，全球卫生用品市场在稳步增长。增长主要来源于以下方面：1) 新兴市场：随着家庭可支配收入的增加，普及率和使用率的提升，未来面临着巨大的增长机会；2) 成人失禁用品市场：目前，成人失禁用品在日本、欧美的渗透率比较高，在其他国家市场还是非常低，随着老年人观念和习惯的改变，未来面临着巨大的增长潜力；3) 产品升级换代。

5、公司目前在全球前十大厂商的份额是多少？未来目标是做到多少？

目前，公司整体占全球前十大厂商份额还比较小，仍具有巨大的开拓空间，波兰工厂投产后，不仅满足欧洲客户的产品需求，还将业务范围扩大至中东、非洲及美洲地区的客户，将有利于公司进一步开拓海外市场，从而不断提高在海外市场的份额，尤其是在全球前十大厂商中的份额。

6、公司目前在北美市场份额是多少？波兰工厂投产后，今年北美市场份额预计能提升到多少？

目前，由于中美贸易摩擦加征关税的影响，公司在北美市场的销售量还非常小；波兰工厂投产后，有利于公司规避中美贸易摩擦加征关税的影响，公司预计今年在北美市场的销售量会有明显增加。

7、波兰工厂价格、毛利率与广州工厂价格、毛利率相比，有区别吗？

波兰工厂不管在价格、毛利率都与广州工厂不一样，因产地不同、客户不同、产品应用不同而不同。

8、国内潜在竞争者进入的可能性有多大？

第一，由于卫材热熔胶在下游产品用量少、技术要求高、切换风险大等特点，导致进入门槛非常高，客户认证周期较长。第二，公司在技术、服务、成本方面具

	<p>有竞争优势。第三，公司管理层和核心骨干都是这个行业具有十年以上丰富经验的专业团队，熟悉海外市场规则以及海外优质客户的产品技术标准。因此，我们判断国内潜在竞争者想要进入，阻力不小。</p> <p>9、公司未来增长路径？2023年、2025年业绩目标分别是多少？</p> <p>目前，公司在海外市场的占有率还很低，还有很大的增长空间，在海外市场尤其是北美、日韩及西欧等消费市场庞大的区域份额仍很小，仍具有巨大的可开拓空间；在新兴国家市场，由于较低的市场渗透率，该区域市场具有非常广阔的前景；在成人失禁用品市场，由于除了在日本、欧美的渗透率比较高之外，其他国家的渗透率还很低，随着老年人观念和习惯的改变，未来还有很大的增长潜力。前期海外布局已成型，现开始逐步发挥作用，海外市场是公司未来增长的主要引擎。</p> <p>目标是希望持续扩大海外市场的份额，尤其是在全球前十大客户的市场份额。</p> <p>10、是否有发展第二产品的规划？</p> <p>公司会考虑其他应用领域的发展方向，希望能够寻找出合适的机会。</p> <p>11、是否有意向或者规划做股权激励？</p> <p>公司一直以来都非常重视人才。为了进一步建立、健全公司长效激励与约束机制，吸引和留住优秀人才，并充分调动公司员工的工作积极性，有效地将股东、公司和核心团队个人利益结合在一起形成利益共同体，增强公司整体凝聚力，公司将考虑适时推出股权激励计划，如有相关进展将会按照信息披露要求及时公告。</p> <p>12、俄乌战争对公司能源成本是否有影响？</p> <p>能源成本占公司总成本比例比较小，影响不大。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年2月9日