

证券代码：301397

证券简称：溯联股份

## 重庆溯联塑胶股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-005

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	国泰综合证券：郑孟珊、叶豈升； 野村投信：朱继元； 凯基投信：吴志文； 中央再保险：张永祥； 第一金投信：李坤宪； 复华投信：颜毓静； 统一投信：林文健。
时间	2023年9月6日（星期三） 10:00-11:00
地点	重庆溯联塑胶股份有限公司 1311 会议室
上市公司接待人员姓名	董事、董事会秘书 韩啸先生； 董事、财务负责人 廖强先生。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>互动交流开始前，韩啸先生就公司概况、主营业务及核心优势等进行了介绍；廖强先生就公司上半年经营业绩以及相关财务数据变动情况等进行了介绍。</p> <p>互动交流环节：</p> <p><b>问题 1：公司产品在汽车上的应用需求是否已趋平稳？2023年上半年新能源汽车收入增量对公司整体业绩的贡献度多大？</b></p> <p>答：公司的产品在燃油车时代单车价值总量约 300-500 元，主要应用在燃油系统中的油路和废气再循环回路。而进入新能源汽车市场后新增了电池、电机电控、底盘以及空调暖通、热泵部分的热管理水管，尼龙管应用范围和潜在用量较传统燃油车的燃油系统大幅增加一倍以上。因此虽然目前乘用车市场需求趋于平稳，但公司产品的细分市场依然处于快速增量的状态。</p> <p>2023 年上半年公司新能源汽车收入同比增长超过了 55%，新</p>

能源汽车产品的销售收入约 1.76 亿，是公司持续发展最主要的动力之一。

**问题 2：公司的新能源汽车与传统燃油车业务的毛利率相比如何，区别的原因？**

答：公司供应新能源汽车的产品毛利率要高于传统燃油车产品。主要原因是传统燃油车技术路线趋于稳定，不同车型产品一致性高，动力系统换代周期较长，价格受客户年降条款影响的产品比例较高。新能源汽车产品则因不同客户技术路线差异，一致性不高，创新性、风险性较高的开发比例较大，价格相对偏高。且由于新能源汽车技术更新和车型换代周期较短，产品受年降政策影响比例较小。

**问题 3：公司的主要产品为尼龙管件，产品都是客制化为主还是通用性较高的标件产品为主？**

答：公司针对整车客户的产品都是根据车型开发的客制化产品，管路总成多为长度、规格、弯度和空间尺寸都不一样的非标件。针对部分汽车零部件客户的产品也可以是标准化的管材（定长直管）和各种标准规格的快速连接件、阀类、紧固件等。但由于国内汽车市场较大，各整车厂技术路线较多，管材也分为不同材料、功能（耐介质、导电等）、不同层间结构（多层管路）或形状（如波纹管）等上百个品种规格；管路零部件也按照不同功能、接口、尺寸等区别开发了上千种产品。这些管材和零部件既是公司管路总成的组成部分，也可单独对外销售。

**问题 4：尼龙管路配件中占成本比例较高的快速连接件、阀类等产品，公司大多数是自制。相关产品自制的壁垒主要体现在哪里？**

答：作为价值占比最高的二级零部件即快速接头、控制阀等产品的要求要高于管材，因为从功能上讲相关产品的性能对行车安全和介质流体的控制影响比较大。作为必须要客户单独认证的二级零部件，比管路总成甚至管路供应商的认证时间更长，需要庞大的历史交付绩效去建立足够数量的产品失效模型，在此基础上不断吸收不同客户的特殊要求并持续改进问题。这是新竞争对手和客户都需要同时承担的时间和交付风险成本，极大提高了竞争对手的进入门槛。公司自制的相关产品较早获得了整车客户的广泛认证，可在原有客户认可的产品库的基础上可不断进行技术创新，快速响应客户

开发新产品的要求。

**问题 5: 公司的原材料主要为进口, 原材料价格波动影响成本的风险如何管理?**

答: 公司产品主要原材料为尼龙等高分子材料, 所需尼龙材料大部分通过代理商进口。为控制原材料成本, 一方面, 在确定保供的前提下, 不断引入新的供应商, 增强公司的议价能力, 与多数供应商签署价格协议锁定原材料价格; 另一方面, 公司积极推进国产化替代材料的认证工作, 减少对海外供应商和国际贸易渠道的依赖和宏观经济、国际关系等因素对公司经营带来的不确定性。

另外受市场需求和技术变化等因素影响, 新能源水管和注塑件中尼龙类原材料 PA12 及其他进口原料需求降低, 价格也随之下降。公司与万华、金发、会通等知名公司展开积极合作, 加快管材、核心零部件的颗粒原料国产替代化进程。

**问题 6: 公司主要以哪种形式参与客户的产品开发, 是从车型初始设计环节开始还是按照客户既定的图纸开发?**

答: 除了合资客户因为原创设计在国外, 国内供应商是照图开发之外, 公司与主要自主品牌客户之间的技术合作模式以同步开发为主, 从客户车型立项初期就积极参与车型的开发。

**问题 7: 公司新能源热管理管路业务增长较快, 能否与公司供应燃油车型的产品进行共线生产?**

答: 可以。公司的热管理系统管路产品所需的工艺和设备 and 燃油车产品基本一致, 也可以利用柔性产线进行多品种的共线化生产。但产线频繁切换会导致效率下降和原材料浪费, 因此在产能充足的情况下还是以专线生产为主。

**问题 8: 目前中国新能源汽车市场增速放缓, 2023 年来整车降价幅度较大。公司如何应对客户大幅降价对经营带来的影响?**

答: 在较为成熟的燃油车市场, 公司持续推进占比较低的客户的项目落地, 扩大公司市场占有率。由于目前燃油车产品的技术结构较为成熟, 市场拓展以及年降确实会对产品价格带来一定影响。但是新能源汽车迭代速度较快, 且未来两年内国 7 标准的实施将带来燃油车产品技术升级的机会, 公司将抓住机遇不断开发出新的产品并配套新的车型, 结合公司在开发替代材料以及提升外购零件自制率等方面的努力, 能够维持收入持续增长和总体毛利率的稳定。

**问题 9: 目前公司所处市场的竞争格局是怎样的?**

	<p>答：尼龙管路领域经过过去十多年的竞争淘汰，同业公司的数量大幅减少。国内主要有标榜股份、溯联股份等民营企业、亚大汽车等合资企业，以及邦迪、库博、三樱、弗兰克希等外资企业。进入新能源汽车热管理领域后，尼龙管企业与中鼎、川环、鹏翎等橡胶管企业开始了一定程度的市场竞争。虽然乘用车市场增速放缓，但随着新能源汽车渗透率增加，性能和技术要求也随着车型加速迭代而不断提高，热管理系统的结构和功能也进一步复杂化带来零部件产品单车价值的持续提高。因此公司一方面长期看好尼龙管路作为优秀的替代材料具有更好的市场前景，另一方面汽车流体软管（包含尼龙与橡胶）也因为具体的技术需求而依然处于一个持续的增量细分市场中，各主要企业之间整体处于合作与良性竞争并存的关系中。</p> <p><b>本次活动不涉及应披露的重大信息。</b></p>
附件清单 (如有)	无
日期	2023年9月6日