

证券代码：688669

证券简称：聚石化学

广东聚石化学股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-007

| | |
|----------------------|--|
| 投资者关系活动类别 | <input 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"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容） |
| 参与单位名称 | 长江证券、泰康资产管理有限公司、中睿合银投资、上海心楷投资、交银施罗德基金、光大保德信基金、达蓬投资、交银施罗德基金、敦和投资 |
| 时间 | 2021年2月5日 10:00 |
| 参会方式 | 电话会议 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事长兼总经理陈钢 财务总监兼董秘伍洋 董秘助理梅菁 证券事务代表田凯丽 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 问题一：关于未来产品的开发、产业链的延伸发展，公司是自主研发还是与外部研究机构合作开发？ 答：两者皆有。公司在阻燃剂、改性塑料方向深耕多年，而且由于行业细分程度高、客户定制化需求程度高，公司更倾向于自主研发，为客户量身订造产品方案。而在比较接近终端市场的塑料制品方面，由于其产品性能要求较高、比较看重基础科学研究，因此公司更倾向于与外部专家团队、大学研究所等合作开发。 |

问题二： 公司向下游制品发展，具体行业的选择是先有客户需求再研发，还是根据公司本身的技术优势选择行业？

答： 公司目前基本是先进行前期市场的调研分析，根据自身竞争优势研究适合介入哪些领域，然后再小批量试产和寻求潜在客户的试用认可。即先有产品再寻找客户。

问题三： 产品的定价策略、价格传导机制具体是怎样的？如何将原材料成本传递给客户？

答： 公司已在招股说明书之“第六节业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”作补充披露，具体如下：

生产经营所需的主要原材料 PP、PE、PC、PS 属于大宗商品，价格波动频繁。公司营业成本以直接材料为主，占比在 90%左右。公司对产品销售采用“原材料成本+合理利润”的定价方式，原材料成本大部分按照主要原材料前一个月的平均时长价格作为定价依据，合理利润则综合考虑客户重要程度、市场需求、竞争对手等因素确定。

当主要原材料价格上升或下浮一定比例且预期不会短期内回调时，公司将与客户协商对产品价格进行调整。公司在调整产品销售价格时会综合考虑原材料价格变化趋势、调价幅度、调价时间、竞争对手等因素。

由于公司主要原材料采购时点早于产品结算时点，时间差异导致原材料价格波动的风险传导机制可能会存在一定的滞后性，通过定价机制调整，公司存在无法完全消化原材料价格波动的风险。若原材料价格持续或短期内大幅单向上涨，将对公司的盈利能力产生较大影响，存在利润下滑的风险。

问题四： 公司改性塑料的毛利率为何高于同行？未来是否能保持这种优势？

答： 相比同行，公司自研自产阻燃剂，改性粒子具有成本优

势。

聚石化学（剔除常州奥智）2017年、2018年综合毛利率基本保持稳定，2019年综合毛利率较2018年提高4个百分点至18.54%，主要原因系：a、改性塑料粒子以PP原料为主，2019年PP原材料平均采购价格由2018年8,496.24元/吨，下降至7,749.10元/吨，降幅8.79%，拉低当年改性塑料粒子单位成本；b、改性塑料粒子外销占比较高，2019年美元对人民币汇率上升带动以人民币计价的销售单价上升；上述因素综合影响带动改性塑料粒子毛利率提升6.12个百分点，进而推动综合毛利率提升4个百分点。

问题五：公司在市场拓展中如何定位客户？不同产品的客户切入难度是否有差异？

答：公司根据自身优势筛选适合进入的领域，达到产品性能更优异的同时生产成本更低。例如在进入外包装、膜材等行业时，充分考虑到自身在功能性改性塑料的技术沉淀，足够满足客户的售价低、强度足等要求时才会考虑投产。

不同产品确实有市场进入门槛的差异。例如光学材料等科技含量较高的产品，进入门槛涉及到各项特性检测、良品率等，前期研发周期长、验厂难度高（扩散板、导光板在进入客户生产线前无法检测到产品是否合格）、对产品各项历史数据统计分析的要求高。得益于我们过往在改性塑料方面的技术积累，生产扩散板时应用之前改性的技巧，解决分散性能、热收缩性能等细节问题，使得扩散板产品比同行的良品率高。

问题六：PE透气膜在国内外的销售占比是多少呢？

答：PE透气膜主要应用于医院ICU防护服、纸尿裤、卫生巾等领域，客户需求都比较稳定。截至2019年该产品销售客户

几乎全部为内销、直销模式。

问题七：请问如何看待可降解塑料的未来发展？

答：公司自 2016 年成立子公司聚益新材，一直致力于 PVA 可降解塑料的研发，目前已有洗衣凝珠、水溶性洗衣袋等产品，未来可能考虑通过各种改性、复合、发泡等技术，达到塑料含量更少、制品更薄、加速降解的绿色环保目标，同时满足特性场景所需要的产品性能。

问题八：公司未来的发展战略是什么？重点布局哪些领域？

答：公司坚持以“塑料助剂+功能性改性塑料粒子+功能性塑料制品”产业链融合发展模式，未来将往应用于高端领域的高性能材料进军，重点布局五大制品板块，具体内容请见 2021 年 1 月 29 日披露的投资者关系活动记录表。

问题九：公司在收购常州奥智后是如何进行管理的？未来是否会继续通过并购进行发展？

答：18 年收购常州奥智后公司派出了管理团队、财务团队等人员，用一年多的时间梳理各种内部管理制度，建立了健全的三会制度等现代公司治理体系，并且充分参与到公司的日常运营里。未来会通过 IT 系统升级实现对外地子公司日常运营的实时监控，接下来还会加大光学材料方面的投入，引进技术团队对接国外客户的产品要求。

问题十二：请介绍一下公司的研发体系？研发方面的考核激励有什么制度呢？

答：研发体系主要分为聚石研究院和与外部研究机构合作两

| | |
|----------|--|
| | <p>种模式。</p> <p>具体考核激励制度有：研究院的绩效管理、新产品销售或利润提成、工艺创新奖金、专利申请或授权奖金等。谢谢！</p> |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2021年2月5日 |