

证券代码：300234

证券简称：开尔新材

浙江开尔新材料股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-09-23

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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	同泰基金 陈宗超
时间	2020年09月23日
地点	深圳
上市公司接待人员姓名	副总经理兼董事会秘书许哲远先生
投资者关系活动主要内容介绍	1、公司概况介绍 <p>目前公司正处在业绩快速上升期以及市场的爆发期。开尔新材是做新材料的上市公司，核心材料是新型功能性搪瓷材料，国际上叫珐琅，处于国际龙头地位。产品主要应用在建材领域，主要用在各种建筑的立面装饰，主要包括内立面和外幕墙。内立面主要应用于地铁、隧道、地下空间、机场高铁站台、室内场馆等空间；外幕墙主要定位于公用、商用高端建筑的幕墙装饰。</p>

公司在内立面装饰领域的标杆项目有：国内三大世界级工程之一的港珠澳大桥桥隧项目、北京大兴国际机场、北京奥运环隧项目、上海长江过江隧道项目、上海外滩隧道项目、胶州湾海底隧道以及各大城市的地铁站厅立面装饰。

外幕墙方面，前几年零碎在国内做了一些，外国做了 7、8 栋房子的幕墙，但缺乏高端标志性项目，今年该产品预计会迎来快速成长期。今年 4 月份国家会议中心二期项目签约。该项目的成功签约具有里程碑意义，项目意义堪比港珠澳大桥，对公司后续幕墙项目推广具有显著的示范效应。此外，公司年内项目储备较多，今年有望成为外幕墙拓展的元年。

- 珐琅板是以宝钢的特种钢板作为底衬，表面用珐琅釉料经 800 度以上高温熔融凝于低碳钢板并与钢板牢固结合的新型复合材料。

- 珐琅材料在 30 年内可以不褪色、不剥落，不失光，这是其他材料做不到的，老旧褪色这些都是不可逆的。

- 防火等级 A1（中国防火等级最高标准 A1 级，完全不燃，还可以阻断燃烧，燃烧时也没有毒烟气产生。

- 表面光学漫反射性能，少量时镜面反射。对采光度的提升非常大，节省照明能源达 20%。

- 超强耐盐碱性，耐酸性达到 AA 级，耐碱性为不失光；耐盐性为不生锈；完全可以抵御复杂严酷隧道环境的侵蚀；长久保持面板不受腐蚀。

- 可以抵御较强的冲击应力而不会断裂。

- 专利型安装系统方便快捷，采用的是干挂。瓷砖水泥主要是采取的水泥贴合。干挂很容易发现渗漏点，也容易拆卸。

- 珐琅板有自洁功能，脏物非常难以附着。

- 无与伦比的色彩魅力，颜色可塑性超高、不变色、不褪色。呈色和显色能力比一般的金属材料要高非常多。

- 超强耐候性

公司近三年内主要增长因素在于市场空间爆发、材料渗透率显著

提升、同材料市占率稳定、以及其它新增长点。公司内立面主要应用场景在隧道、地铁、高铁、机场和其它室内空间。其中，地铁预计总量仍会保持增长，但增速放缓；城市交通开始进入“三层化”，且下穿道（城市隧道）体量开始剧增，该趋势在粤港澳、江浙核心城市已明显体现，并势必向其它超一线、一线城市发展，城市隧道将在近三年内进入爆发式增长。

（公司列举了深圳、珠海、广州、杭州等核心城市未来 2-3 年内已规划的数十条隧道、快速路）未规划详称项目数量将更多。且城市隧道项目主要有三大优点：收款短平快、有效面积大（平均每公里约 1 万方有效面积）、版型标准化高、产效高。因此城市隧道将成为未来 2-3 年公司核心业务高速增长的最大支撑。

在材料渗透率方面，珐琅板目前已是地铁等场景立面装饰的主流材料之一；而自港珠澳大桥项目落地后，珐琅板已在城市隧道的竞争中进入强势期，成为许多的业主单位的第一选择。

2、疫情影响

疫情上半年对公司影响较大，但整体影响是接单、项目完成、收入确认整体后延，而对业务总量反而有一定刺激作用。自本月开始，公司对口项目开始进入集中招标期，目前进展也符合我们这一预期，已有许多项目中标，其中上周更披露了公司历史上隧道最大单体项目中标的公告。

3、请问当前的行业竞争格局如何？公司能否保证相对垄断的地位？

目前行业竞争格局非常清晰。从技术门槛上来说，目前还存活的竞争对手很多是学习了我们的静电干法工艺，但这个行业不是说运用同样技术就能做出同样品质的产品，是一种工艺上的差异，是多年研发、调整、改良沉淀的结果；另外工程上对业主来说没有试错性，因此业主对材料的选择很大考虑公司的综合实力和项目案例，特别是以往的标杆项目，也就是品牌，这一点同行中没有能与公司比较的。这是一个积累的优势，并不是短时间内能超越的。这个也导致了我们在

	<p>招标的时候，同样价格下，我们基本不可能丢标。但公司目前的竞争策略是高举高打，而不是以价格去压迫同行生存空间，因为目前还没有到那个阶段，我们目前的首要任务是以珐琅板去攻占其他材料的份额，此时以价格战与同行竞争，一方面会带低行业毛利水平，另一方面不利于珐琅板的推广与普及，我们反而要在保持市占率的基础上培养一定的同行企业做好做精。</p> <p>4、在手 5.6 亿订单的情况？</p> <p>有一半左右是建材，其余是工业保护材料，现在的在手订单主要是去年的订单受疫情影响还没完成的部分。未来方向主要在建材，不在工业保护材料。</p> <p>注：接待过程中，公司接待人员与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2020 年 09 月 23 日