

证券代码：002632

证券简称：道明光学

道明光学股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2019-6-25

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
参与单位名称及 人员姓名	北京高华证券有限责任公司 投资研究 朱金巧
时 间	2019年6月24日
地 点	杭州
上市公司接待 人员姓名	董事会秘书：尤敏卫
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>一、公司主要产品产品及未来分析</p> <p>答：公司是国内唯一一家反光材料上市企业，传统产品为包含道路交通安全领域和个人安全防护领域的玻璃微珠型反光材料；2016年突破微棱镜型反光材料工艺，成为国内唯一依据具备微棱镜反光材料生产工艺的企业新增微棱镜型反光膜；在巩固反光材料行业领先地位的同时，公司进一步加大新型功能性膜材料的布局，2017年二季度实现铝塑膜的量产；2017年收购华威新材料，进入增亮膜、量子点膜等领域。</p> <p>玻璃微珠产品中主要是下游车牌膜和车牌半成品市场突破，玻璃微珠反光膜中收入增长较快的仍为车牌膜，车牌膜毛利率较高约为45%，为公司业绩增长带来较大贡献。近几年，公司抓住市场契机在原有省份上快速提升市场占有率，加大销售占比，并且于2018年初成功进入汽车保有量最</p>

多的广东省车牌膜市场。且随着近几年环保问题得到重视，并随着车牌国标的升级更换以及未来更多融合新技术来提升号牌的安全和管理，都需要使用更多的资金投入改造升级设备，国内部分省份由于财政等各因素未能及时更换车牌生产设备，更多省份车管所系统开始采取车牌半成品招标，公司也从车牌膜供应商向车牌半成品供应商转变，导致整体车牌膜及半成品市场规模将呈现大幅度增长，公司也力争获取更高的市场份额，巩固公司目前在国内的竞争优势。此外国外尚有不少国家车牌反光效果不佳或者未采用反光（比如日本、韩国、泰国及非洲很多国家），随着安全意识的提高，国际市场还有很大的车牌膜及半成品拓展空间。2018年，车牌及车牌半成品实现销售收入1.96亿元（含税），对比同期增长幅度较大。

其次，得益于2018年国内乘用车标配反光衣政策实施，公司作为目前国内高性能反光布的主要生产企业，具有年产1,320万平方米反光布生产能力和年产500万件反光服装生产能力，该政策的实施极大的提升的公司反光布和反光服装市场需求。公司2018年反光布和反光服装较同期均得到较大增长。目前公司正在致力于推动车用反光背心所使用反光布的亮度及其他性能指标提升等级，更好的保护乘用人安全，反光服装也逐步实现产品升级换代，提升产品附加值。

另外，公司微棱镜型反光膜改变利用传统玻璃微珠回归反射的生产工艺和材料，克服了玻璃微珠系列反光膜工艺复杂的局限性，具有回归反射率更高、使用寿命更长、加工技术尖端等特点，生产加工环节更为环保、节能。目前主要运用在高速公路，城市道路、车身反光标识等。国内高速公路里程逐年上升，而且越来越多的城市道路的标志牌开始采用微棱镜型反光面膜来制作，增量及存量市场对微棱镜型反光膜的需求巨大。面对公司的最大竞争对手美国的3M公司，在公司产品品质与3M公司没有差异的情况下，未来公司凭借良好的服务和略低15%-20%的价格优势，有望迅速扩大国内70%被国外产品特别是3M公司垄断的市场份额。公司目前棱镜型反光膜销售模式逐步由原来只提供“反光膜”转型“反光材料一站式解决方案供应商”，可直接接整个工程项目，针对客户需求进行快速响应，满足客户的定制化需求，较国外企业具有更强的服务及售后优势。得益于一带

一路的推进，主要的大型发展中国家（印度、巴基斯坦、巴西等）基建投入空间较大，公司也逐步加大公司产品的海外销售。上述综合促使微棱镜型反光膜于2018年继续放量保障业绩稳定增长。目前国内企业中仅有公司的微棱镜型反光膜产品能够应用于高速公路、等级公路、一线城市道路上的交通标识标牌领域，公司车身反光标识已切换采用微棱镜方式生产，在国内市场更具竞争力。2018年微棱镜型反光膜实现销售数量275.37万平方米，实现销售收入17,898.46万元，较上年同期大幅增长，且售价保持在约65元/平方米，非常稳定。

铝塑膜作为软包锂电池封装的关键材料之一，同时也是锂电池产业链中壁垒最高的关键环节之一，也是锂电池四种关键核心部件最后一种尚未实现国产替代的，有巨大的市场空间。目前，全球铝塑膜市场和技术一直被日韩等少数企业垄断，国产率不足5%。其中DNP与昭和电工所生产铝塑膜全球市场占有率达70%左右。由于铝塑膜垄断性强，导致价格居高不下，毛利率超过50%。同时，铝塑膜成本占软包电池成本的15%左右，国内外价格差距约在20%~30%。国内锂电池厂商迫切要求降低锂电池原材料成本，因此铝塑膜实现进口替代、国产化需求日益凸显。公司铝塑膜采用干法工艺，已于2017年二季度已经进入稳定的量产阶段。公司的铝塑膜产品各项性能都达到或超过了行业内公认的技术性能要求并已获得超过八十家锂电池企业订单，主流动力电池客户均处于认证阶段，有部分厂家及助动车、储能车客户已采购使用动力类铝塑膜产品。公司结合市场实际情况积极制定相应的销售策略，不断推广宣传使得公司铝塑膜产品在锂电池行业内得到一定认可。2019年初，公司与天津力神签署了《年度框架协议》形成实际合作框架，代表公司铝塑膜产品品质性能得到国内电池龙头生产企业的认可，对中高端市场开拓起到一定积极作用，丰富了公司的产品体系，为公司进一步强化铝塑膜产品的市场地位奠定了良好的基础。公司将以此合作为契机，继续深化在中高端电池领域的市场推广，积极推动处于认证的客户订单落地，促进铝塑膜业务的快速发展，为公司贡献新利润增长点。2018年，铝塑膜实现销售数量289.15万平方米，实现销售收入4270.07万元。

	<p>2018年，华威新材料实现营业总收入334,059,710.75元，实现净利润为37,672,922.97元，较去年同期有较大幅度增长，但近两年下游终端产品LCD电视及显示面板行业竞争加剧和近几年黑色家电行业消费疲软，消费端LCD显示产品特别是TV产品价格大幅下降导致整体行业上游供应链的利润压缩传导效应发生；以及受乐视的不良影响导致利润空间下降，并将成本压力向上游传导，导致华威新材料主营产品增光膜销售价格大幅度下降，虽然华威新材料努力开拓销售渠道，积极应对不利形势，产品销售数量和销售额均有一定幅度的增长，但毛利率有所下降，最终导致本年盈利未能达到预期。2018年末，华威新材料原股东业绩对赌期结束，公司和原管理层顺利完成交接，主要经营管理团队仍将留在公司继续工作，确保华威新材料的平稳过渡。目前华威新材料积极调整销售方案，重点推进增光膜等现有主导产品的市场拓展，并加快量子点膜的量产步伐。目前量子点膜已安装调试完成达到量产条件，并已通过知名厂家的样品检测，目前正对新机型进行重新送样检测，销售团队同步加大业务拓展，早日争取产销协调，为公司增加利润增长点。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2019年6月25日