

证券代码：301223

证券简称：中荣股份

中荣印刷集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-003

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（请说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	信达证券分析师李宏鹏、李含稚
时间	2023年8月16日（星期三）下午 15:00-16:00
地点	腾讯会议
形式	远程线上交流
上市公司接待人员姓名	董事会秘书陈彬海、财务负责人李谨、证券事务代表林贵华
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 公司主要核心竞争力是什么？竞争对手情况怎样？</p> <p>答：公司主要的核心竞争力体现在：（1）与一批优质头部品牌客户长期合作，助益我们率先打造符合国际客户需求的体系能力、管理能力，并能对新兴市场发展具备敏锐的触觉，助益新业务拓张。（2）公司坚持研发创新，创意设计领先性，深入参与客户产品的前端开发设计，为客户提供全案解决方案，含平面设计、材料选择、结构、工艺、色彩管理等，满足快消行业差异化的竞争需求。（3）通过智能制造，满足小批量多批次、大批量高端化、多批次表面装饰丰富的多样产品需求，满足不同客户不同场景需求。（4）多区域运营交付能力，实现一地接单，多地交付，实现快速响应。</p> <p>根据行业公开信息，上半年印刷包装行业规模以上企业的整体营收和利润水平状态不是非常乐观，不同赛道上的友商的表现与所服务的市场行情密切相关。</p> <p>2. 包装行业不同细分赛道，是否具备一定壁垒？</p> <p>答：有的。不同产品、不同行业 and 不同类型的客户，对产品质量、交付</p>

效率、服务水平、技术研发能力、自动化智能化水平的需求都有差异。例如，从产品细分来看，纸箱包装、胶印彩盒、纸浆模塑，需要投入完全不同的生产设备，技术能力，设备的价格也差异巨大；从细分行业来看，快消客户尤其注重包装的创新开发迭代、交付的灵活快速能力；食品医药客户需要不同级别的洁净车间等；从不同客户来看，品牌客户尤其高端品类对包装产品质量的呈现要求更高，印刷和工艺效果更精细；小微客户及不太注重品牌建设的客户对质量及精度要求相对较低，对成本较为敏感。

3. 近年很多网红新品牌是否主要找一些小厂做包装，会分食我们头部的份额吗？

答：网红新品牌的出现客观上对我们客户所在的部分细分赛道的竞争会形成一定的冲击，但长期来看，快消行业仍是一个增量市场，整个盘子仍在扩大，我们的客户具有较强创新研发能力、体系能力、抗风险能力更强，长期来看成长性优于网红品牌的；而小包装厂的质量能力、服务能力、体系能力、产能与客户的要求是有一定差距的，目前看来对我们份额的影响较小。

4. 公司在重点客户里，如宝洁、好丽友、高露洁、玛氏、亿滋等，份额以及趋势如何？

答：我们是这些客户国内最主要的、长期合作的战略供应商，公司在重点客户的具体份额我们也不太清楚；从趋势来看，公司会继续通过创新服务、可持续方案、交付灵活性等方面的竞争力提升，来进一步提升份额。

5. 老客户的增长情况如何？是否有其他新客户导入预期？

答：公司扎根包装行业多年，集创新研发、创意设计、一体化制造、智能化生产、终端营销服务于一体，已和口腔护理、化妆品、个人及家庭护理、食品、保健品、医药、烟草、酒类及消费电子等多个领域品牌客户，建立全方位、深层次的合作伙伴关系。公司销售额前五名客户没有发生变化。

2023年上半年，公司新增贝泰妮、尚科宁家、悦刻、网易有道及华勤等知名客户，且产品质量及服务均得到客户的认可。公司将继续专注于化妆品、口腔护理、个人及家庭护理、食品、保健品、医药、消费电子、烟草制品、酒类、在线教育等领域的纸制印刷包装，不断开拓新的优质客户。

6. 不同客户盈利能力是否有显著差异？公司过去毛利率趋势基本稳定是什么原因？

答：公司重要客户均与公司有着长期的合作关系，受产品的材料、工艺、交货数量和产品生命周期等因素的影响，不同客户的产品有着不同的利润水平。公司产品整体销售毛利率水平在已上市的 19 家纸包装印刷企业中排第 10 位（按照 2022 年公开年报数据）。

公司主营业务毛利率近几年基本稳定，是因为公司与主要客户长期稳定合作，存在一定的调价机制，对原材料价格波动，我们分阶段与客户进行回顾调整，尽管存在一定的调价机制，但调价具有滞后性，短期会影响公司生产成本，造成公司产品毛利率的波动，就全年周期而言影响会有但差异不会太大。公司同时加快设备的升级改造和加大智能化投入，通过提升员工的劳动效率，来抵消人工成本上升对成本的压力。

7. 今年纸价回落是否有成本红利？

答：公司的直接材料主要为白板纸、白卡纸等原纸制品，公司与主要客户长期稳定合作，存在一定的调价机制，纸张市场价格的波动会周期性地与客户进行回顾，并调整我们的报价。因此公司不存在纸价下行方面的红利。

8. 汇兑方面贡献如何？

答：汇率波动造成的汇兑损益对公司整体利润影响不大。

9. 智能化程度如何？智能制造方面是否还有进一步降本空间？

答：公司在智能运营、智能制造的升级改造方面投入较大，形成了从客户管理、产品开发、制程控制到财务管理的完善闭环管理体系。目前实现了公司从物料入仓、生产过程到成品出库的一码全流程可视化管理，提升了生产效率和交付准时率，并依照产品特点灵活进行产线配套设计的专业技术，专业化产线与智能制造系统的有效结合。针对消费品类不同类型的订单，公司配备了三大专业生产平台及延展的工艺配套技术：专门处理小批量多批次、大批量规模化低成本，及高端化多批次表面装饰效果丰富的订单，能高效应对不同特性产品对于速度、品质及其他差异化需求。

10. 烟草包装及酒类包装进展和规划？盈利能力怎样？

答：公司在烟草、酒类包装方面按既定战略规划推进，未来会适当加大包装高端化、可持续方案上的资源投入，进一步扩大市场份额；烟包和酒包都需要在形成一定业务规模的基础上体现盈利能力，目前整体是趋

好的。

11. 纸浆模塑业务是否有中长期具体的规划目标？盈利能力怎样？

答：从需求来讲，纸浆模塑是毋庸置疑的增量市场，未来可期。我们将在纸塑的研发能力和区域的交付能力方面在持续发力，同时进一步探讨上游材料整合及下游应用市场的拓展工作，实现盈利能力与业务规模双增长。

12. 公司产能规划和投产进展是什么样的？具体对应产值，以及当前主要基地产能利用率如何？

答：公司产能发展规划见公司《招股说明书》第九节“募集资金运用与未来发展计划”，募投项目的进展见《2023年半年度募集资金存放与使用情况的专项报告》，公司中山、天津、昆山、沈阳四大基地运作正常，越南基地预计年内投产，公司未来可能在国内西南地区、华中地区投资建厂。

13. 未来是否有并购考虑？是否考虑向非包装的其他行业业务延展？

答：为扩大市场占有率，加强产业链上下游的协同，增强公司的竞争力，未来公司除自行扩建产能外，如有较好的并购机会也会考虑。公司目前专注于深耕主业，暂无非包装的其他行业业务延展计划。

14. 介绍老板创业经历和核心管理层分工情况？

答：公司董事长专注包装印刷行业 40 多年，对行业有深刻和独到的理解和判断。核心管理层按现代企业的治理架构进行相应的分工。

关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	否
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 8 月 16 日