

证券代码：688157

证券简称：松井股份

湖南松井新材料股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-003

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 checked="" 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	国盛证券 王席鑫、孙琦祥、杨义韬 中信证券 王喆、刘沛显 广发证券 傅友兴、李巍、观富钦、王云骢 长江证券 施航 南方基金 应帅、都逸敏 博时基金 陈曦、沙炜 平安资产 万淑姗、陶阳 平安养老 王晓林 申万菱信 付娟、廖明兵、章锦涛 中银基金 欧阳力君、刘高晓、刘腾、刘潇、王伟 嘉实基金 谢泽林 汇添富基金 赵鹏程 弥远投资 徐智元 泓德基金 李映祯 淳厚基金 吴若宗 中银基金 陈哲 源乘投资 刘建忠 中宏卓俊 陈金新 安信基金 肖璇 拾贝投资 郑晖

宏道投资	季巍
明曜投资	温震宇
农银理财	公晓晖
国新投资	张济
合众资产	伍颖
尚诚资产	向红旭
中融基金	杜伟
鹏华基金	张航
广宇集团	李斌
建信养老金	王新艳
兴华基金管理有限公司	冷文鹏
华宸未来	黄颖峰
万丰友方	张荣福
顶天投资	张超
北京东方睿石投资管理有限公司	唐谷军
易知投资	王晓强
肇万资产	李方勇
顶天投资	李胜敏
中海基金	谢华
伟晟投资	罗小专
中信资管	刘将超
弘康人寿	王东, 王振林
致君资产	王鸣飞
淳厚基金	薛莉丽、陈文
国华人寿	石亮
合众易晟	徐兴科
Bosvalen	杜婷婷
泓德基金	王克玉
尚雅投资	成佩剑

上银基金	卢扬
稷定资产	王秋红
国泰基金	钱晓杰
人保资产	利铮
上海乾瞻	朱乾栋
中信资管	罗翔
中信建投	崔兴凯、叶天鸣
国泰基金	高亮
交银施罗德基金	张晨
睿郡资产	刘力
万丰友方	吴卓林
名禹资产	朱细汇
海螺创投	刘建义
仁桥资产	张鸿运
高毅资产	张阳、孙庆瑞
中信自营	赵芳芳
金鹰基金	赵志永
信泰人寿	杨琳滢
鲍尔	罗贤润
银河基金	姚雯蕙
中欧基金	王习
中再资产管理	赵勇
煜德投资	冯超
富兰克林华美投信	张家麟
丹羿投资	朱亮
天惠投资有限责任公司	金骁
盈峰资本	李明刚
沅京资本	王洪祥
沅京资本	王洪祥

	<p>Goldstream 何帅</p> <p>诺安基金 李迪光</p> <p>韶夏资本 潘建平</p> <p>兴业基金 陈旭</p> <p>前海开源 赵雪芹</p> <p>中信银行 薛潇</p> <p>一村投资 潘江</p> <p>长江养老 李嘉</p> <p>中大君悦投资 陈申</p> <p>中融基金 甘传琦</p> <p>海燕投资 程伶君</p> <p>丹羿投资 陈宇</p> <p>大成基金 廖书迪</p> <p>乐正资本 潘柏林</p> <p>华商基金 常宁</p> <p>新华养老 王乐</p> <p>Ping An of China Asset Management (Hong Kong) 苗华鑫</p> <p>BosValen 徐健</p> <p>国投瑞银 周思捷</p> <p>领辉 杜婷婷</p> <p>建信 李梦媛</p> <p>国寿安保 撒伟旭</p> <p>津谊投资 高骐</p>
时间	<p>2020年8月19日 9:00-12:00</p> <p>2020年8月20日 9:30-12:00</p>
地点	<p>现场会议+电话会议</p> <p>现场会议地点：湖南宁乡经济技术开发区三环北路777号</p>
上市公司接待 人员姓名	<p>董事长、总经理：凌云剑</p> <p>董事会秘书：伍俊芸</p>

	<p>证券事务代表：黄辉</p>
<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>现场会议内容：</p> <p>1、请凌总大概介绍一下公司的经营近况。 董事长凌云剑：由于疫情原因，公司在第一季度确实受到了一定影响。国内方面，客户未开工，业务难以进行；国外客户不能面对面交流，导致项目部分不能按期执行落地。在国内疫情解除之后，公司的经营状况有了一定好转，二季度营业收入较上年同期增长 27.55%，二季度实现归属于上市公司股东的净利润较上年同期增长 42.89%。</p> <p>2、请问华为品牌在松井的营业收入占比大概多少？ 董事长凌云剑：2019 年华为品牌在松井的营业收入占比为 20%左右，涵盖手机及配件、笔记本电脑及配件、可穿戴设备领域。公司高端消费电子终端公司合作的核心企业有华为、苹果、小米、惠普、Microsoft、谷歌、亚马逊、VIVO、MOTO 等，是一家已成功进入国际知名终端品牌供应体系，建立了相对稳定业务合作关系的涂层新材料品牌供应商。</p> <p>3、请问公司涂料针对手机、笔记本电脑与配件是怎样定价的？在松井的收入占比情况是？ 董事长凌云剑：公司的产品是高度定制化的，具体定价取决于具体项目。2019 年，手机及配件领域收入占比大概是 78%，笔记本电脑及配件领域的收入占比是 9%。</p> <p>4、请大概介绍一下公司有哪些主要竞争对手以及如何从竞争对手处切到“订单”。 董事长凌云剑：3C 高端消费电子领域涵盖美国 PPG；荷兰阿克苏诺贝尔；日本卡秀、耐涂可、武藏等。公司靠技术和解决方案的先进性打开了市场的大门。</p> <p>5、3C 涂料市场的增量空间？ 董事长凌云剑：从涂料方面看，首先 3C 涂料市场一直是我们聚焦的一个产业，随着技术的发展，该市场的定义会被拓宽，比如 5G 技术的普及，会出现越来越多的应用场景，智能安防和智能照明就是一个很好的例子。所以，从拓宽的 3C 定义看，该市场的容量上线会被不断拔高。其次，这个行业集聚度比较低，头部企业的市占率并不高，横向替代空间还比较大。再次，以手机为主的 3C 涂料市场，其升级换代的周期很短，带来的涂料存量迭代速度很快。 从广义的涂层材料方面看：3C 产品的轻薄化、环保化趋势带来新的市场机会，涂料、胶黏剂、功能性油墨的市场规模目前为 1：1：1，带来公司目标实现“三合一”的市场整合机会，助力公司长足发展。</p> <p>6、水性涂料产品方面，和国际巨头竞争的情况？ 董事长凌云剑：公司在 5 年前就有意识地开始项目研发和技术储备水性涂料产品，今年受益于国内外的强制或自觉选择，水性产品的使用量开始出</p>

现增长，上半年公司水性涂料业绩增长明显。总体而言，目前国内外企业都还处于发力阶段。

7、有没有可能依靠水性产品成为行业龙头？

董事长凌云剑：水性涂料产品是一个发展方向，同时还有其他领先和差异化的技术路线和研发力量。比如公司的硅胶系列拳头产品涂料，具有全球行业领先性，可应用于可穿戴设备、智能家电、小汽车等，有耐污性、舒适感强等诸多优点。

8、如何选择汽车涂料市场？

董事长凌云剑：汽车涂料分为原厂漆、零部件漆、汽车后市漆，8年前做市场调研时，公司找到零部件漆产品作为公司进入乘用车涂层国际市场的切入口。汽车设计理念的变化、对舒适感的追求、环保意识等促成了我们进入该领域的机会。

10、3C 产品涂料和汽车产品涂料，哪一个技术难度更难？

董事长凌云剑：使用环境不一样，有共性也有独特性。如汽车领域的耐耗性是相当严格和苛刻的，3C 产品可能关注耐磨、耐污等性能，各自的侧重点不一样。

电话会议内容：

11、公司的发展历程如何？

董秘伍俊芸：公司发展的历程同是中国企业走向科技化、国际化的一个缩影。在公司创立初期，公司需要活着，发展走了一条大众化路线，以中低端产品定位、价格战、营销驱动来实现。该路线的不可持续性引发公司创始团队的深入思考：“松井是谁，松井要到哪里去，松井未来要做什么”。公司几年前确定“技术的松井”战略，并大幅进行转型调整。在业务结构上，公司与头部终端品牌企业寻求合作；在人才结构方面，大力引进海外优秀博士及培养新材料研发人员。目前，松井已在在 3C 消费电子领域基本实现了对终端头部客户、优质客户的全覆盖。终端品牌企业高标准、严要求，也推进公司在产品研发、质控、供应链响应、服务管理等环节的不断升级，推动公司在市场触觉、产品先进性、未来产品迭代趋势的把控方面，快走半步。

12、松井能够走向高端产品领域的原因是什么？

董秘伍俊芸：首先，这跟创始人及其带领的团队所体现出来的企业追求和坚韧不拔的意志有关。在开发高端产品领域的客户时，涉及持续不断地沟通、样品打磨、工艺调校等，是一个相当漫长的过程。不能立竿见影的长期研发投入，很多企业都难以忍受。其次，在当时 3C 高端市场领域还全部被国外企业垄断的阶段，松井用自己的服务及快速响应能力赢得了市场，一切以客户为中心，为我们赢来了高端产品领域客户的信赖。不断迭代的产品优势，获得了客户的长期认可。

13、资本开支不是很大的原因？

董秘伍俊芸：松井是一个技术驱动型的公司，研发投入占营收的比重偏高，常年维持 10%左右，公司的研发产线投入、研发人员投入、研发材料投入等支出全部费用化，在资本项目中未曾体现。对于生产设备、厂房等资产，公司一般提前预判几年进行购置与配套，在生产设计的时候就已经在考虑柔性化生产，所以资本性开支占比不高。

14、行业特征变化大吗？

董秘伍俊芸：公司产品是定制化产品，较多的涂料技术是在具体的产品应用上产生、迭代而发展起来的，最后衍生出一系列相关的应用技术及储备技术。当客户的产品在升级换代时，公司应用于该产品上的技术也会随之升级，这种升级有公司自发性地提出，也有来源于与客户的沟通，形成了与终端客户的交互式研发模式。

15、选址湖南长沙宁乡，研发及人才如何匹配全球客户？

董秘伍俊芸：公司以（分）子公司、研发实验室、销售服务点等方式，在北京、河北、上海、江苏、广东、香港、台湾、广西、重庆、四川等地建立了客户服务基地，并计划以募集资金在海外建立四个营销网点并配备技术服务中心；公司的销售和研发人员，大都分布在客户项目组及服务基地，全年贴近客户服务。公司的生产基地，主要是长沙宁乡。

16、模厂有无话语权？模厂客户有哪些？

董秘伍俊芸：模厂很重要，公司跟模厂的沟通是无间隙的，终端客户的项目需要在模厂落地。公司合作过或正在合作的模厂客户有通达集团、比亚迪、捷普、杭州耕德、兴科电子、富士康等。

17、与国内竞争对手有无产品供应和市场供应差别？

董秘伍俊芸：相比于国内竞争对手：公司产品类型更加丰富，除系列 PVD 涂料产品及 UV 色漆涂料产品外，公司还拥有系列有机硅手感涂料产品、系列水性涂料产品及 3D 感光油墨技术产品等；主要终端客户方面，除国内主要手机终端客户外，公司还拥有国外高端消费类电子终端品牌客户。

18、销售和研发人员分布在全球各项目，有无统一的研发平台来支撑这些项目？

董秘伍俊芸：公司每个项目的研发流程，可在项目管理平台上实施可视化。公司的研发人员会在客户现场将信息要素详细录入项目管理系统，转化成数字信息，并形成体系化的表单在系统内流转。未来，公司计划进一步提升平台的支撑能力，拟使用部分募集资金投入“信息化建设项目”，提高信息资源的使用价值与效率。

19、乘用车涂料市场有何特征？

董秘伍俊芸：乘用车涂料市场国内涂料企业尚未大幅度进入，主被欧美、日韩等国外企业供应。公司已在汽车涂料领域储备 5 年的相关技术，将借鉴 3C 涂料市场的经验，利用差异化战略切入汽车涂料市场。相对于 3C 涂

	<p>料市场，汽车涂层材料的更新迭代、认证周期、量产供应周期会更长。</p> <p>20、手机过 2 年就换代的影响？ 董秘伍俊芸：手机客户准备做一款新手机的时候，公司已开始和终端研究人员进行交互研发合作。</p> <p>21、研发投入比例大，是为了追赶国际巨头，等规模上去后研发比例规划？ 董秘伍俊芸：公司定位“技术的松井”型公司后，研发是公司业务内生增长的重要驱动力。公司下游的头部客户、优质客户，要求公司的技术及产品具备行业领先或行业先进性，推动公司时刻保持高强度研发和产品领先性。交互式的研发模式，会产生一些超越客户需求的研发成果，这都需要研发经费予以支撑。未来，公司会保持高位研发投入。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2020 年 8 月 19 日、8 月 20 日