

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：2020-001

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	后附参会人员清单
时间	2020年6月30日 14:00-16:30
地点	湖南宁乡经济技术开发区三环北路777号行政楼四楼会议室
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：凌云剑 董事、副总经理：王卫国 董事、副总经理：杨波 董事、研发中心技术总监兼涂料研发部部长：FU RAOHENG 副总经理、财务总监、董事会秘书：张瑛强
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、上市募集资金超出了规划，募集了6个多亿，超出的募集资金，计划做什么用处？</p> <p>答：公司上市募集资金扣除发行费后，剩余6亿元左右，按计划募投项目需投入4.22亿元，所以超募资金并不多。</p> <p>公司要实现自身战略规划目标，需投入资金的地方很多，比如研发检测中心建设项目，总投资额约1.32亿元，拟使用募集资金约0.83亿元，剩余投资额需公司以自有资金解决；为进一步提高对客户需求的反应速度和质量，必须实现在终端客户和战略模厂客户的身边或跟随客户足迹建设技术研发、生产交付服务网络；公司要实现跨越式发展，需要大量高素质人才，人力资源方面的投入也将有所增加；还有在信息管理、安全环境保护等方面的投入等。</p> <p>对于超募资金，公司董事会将会根据投向的轻重缓急，进行充分的论证研究后按内部管理流程合理使用。</p>

2、涂料、油墨、胶黏剂三者的共通之处，在公司看来是在哪里？为什么能沿着这个产业链做一个横向的拓展？

答：在一个消费品硬件上，客户可能会同时用到上述三类产品，为规避选择风险，客户希望能尽可能少的供应商提供解决方案，最好是三者合一的解决方案。在公司看来，涂料、油墨、胶黏剂存在以下共通之处：

（1）从技术上看，三者在外观上大都是液态，涂料和油墨很多情况下可以共用；三者基本上都用在塑胶、金属、玻璃、陶瓷等基材上；三者都属于配方产品，通过成分优选、搅拌形成产品，使用时，会在光和热的作用下发生化学反应；三者的原材料也大体一致。

（2）从化学结构上看，三者区别不大。涂料和油墨的差异，主要体现在应用工序上，涂料主要是喷涂及刷涂，油墨主要是印刷。胶黏剂在化学组成上与涂料、油墨相似，与前二者区别在于：胶黏剂是将两个表面黏在一起，涂料和油墨只涉及一个表面。

三者大体属于一类，从涂料拓展到油墨、再到胶黏剂，是一个很自然的过渡过程。

3、公司经营方面，油墨在过去三年的增长情况不是很理想，18年只有1000多万的营收，19年还降了一点，出现这种降幅的原因是什么？汽车业务方面，占比不到1%，汽车零部件未来是作为一个重要的发展方向，未来3-5年具体的规划是怎样的？

答：2018年，谷歌有个项目第一次采用3D玻璃感光油墨，当年实现了1000多万元的营收。因谷歌的这款产品市场预期不很理想，故在2019年产量缩减，相应我们的油墨产品使用量也随之减少。今年谷歌拟推出的新产品，依然选择我们的油墨解决方案。与此同时，华为、小米、OPPO等也在要我们提供类似的解决方案，未来市场可期。

汽车零部件，在去年之前一直处于客户认证阶段，按以往的产品投放市场经验来看，预计接下来3-5年会有较快增长。

4、关于研发细节，比如2019年110名研发人员中，是怎么分工的，有多少是常年在客户处服务，有多少做一些上游树脂的研发，有多少去开拓一些新业务，这些之间会不会有协同？是项目制研发还是其他方式，对他们有没有激励？

答：公司的研发分两部分：基础技术研发和产品技术研发。营销部门、市场部门、技术支持部门、供应链系统收集来自于客户的需求资讯，经评估、评审后，如果能够用现有技术方案解决的，则归入产品技术研发；如果没有现有技术方案的，则归入基础技术研发。

因客户对技术品质、交付时间的要求比较高，加之项目涉及的专业产品技术种类多，需要一组人协同应对一个项目；另外，公司可能会同时服务多个项目，所以从事产品技术研发的人员较多，约占总人数的3/4。工艺研发，即对实验室研发结果在使用环境下的工艺验证和完善，约有10余人；CMF研发不超过10人。公司采取项目制管理模式，有相应的激励政策。

5、A股市场有做涂料、油墨、胶黏剂的上市公司，把三者一起做的比较少，那公司有没有对标的海外企业？

答：行业内专业优秀的涂料、油墨、胶黏剂公司，目前还没有把三者一起做的对标企业。期待松井股份能集行业之大成，为客户提供一个完备的解决方案，这既是梦想，也是使命。

6、车灯防雾涂料在一辆车上的价值量大概是多少？

答：车灯防雾涂料属通用型产品。在一个车灯上的耗值约为 6-7 元，在一台车上的耗值约为 20-30 元。

7、听说松井股份将外资企业的那一套融入公司，结合得还不错，能否说一下公司和阿克苏诺贝尔、PPG 及国内江苏宏泰之间的区别，怎么获得客户？

答：在公司小的时候资源很有限，只能专注国内客户，随着公司不断发展以及视野的开阔，发现如果只局限于国内市场，是很难以实现行业领先的，所以，我们先后从国外引进了杨波博士、FU RAOSHENG 先生等专业人才，他们把国外优秀企业中的管理、技术等带入了松井。此外，我们还聘请了一些国外的行业专家提供顾问服务，帮助公司开拓国外市场。

在客户服务方面讲，我们不区分“外资”和“内资”。松井股份坚持“一切以客户为中心”，不管是外资品牌客户还是内资品牌客户，都是我们的客户，都是我们的衣食父母。在松井人心中，只要是客户，都会全力以赴去服务好。

高端引领、快速响应，这是松井股份的经营内核。公司非常执着专注，愿意花 3-5 年时间去开发一家世界级的客户，这在业内是比较少见的。凭着这份恒心和毅力，相信松井股份会有一个更好的未来。

8、受疫情和其他影响，3C 行业出货量压力较大，对公司有啥影响？

答：疫情及国际贸易摩擦等因素确实对 3C 类产品的出货量造成了一定的影响，但公司还是有机会保持较快的增长势头：（1）国外产品的替代，形成增长空间；（2）不断扩大品牌影响，在一些前期已有合作但占有率不高的客户那里，努力提高市占率，释放增长空间；（3）利用水性涂料替代油性涂料的政策契机，发挥公司在消费电子领域水性涂料方面的技术储备优势，实现较快增长。

我们管理层对相关不利因素进行了充分评估，针对性的采取了预防补救措施，对公司的成长还是很有信心的。希望广大投资者也能给予信心，我们也不会辜负期待。

9、可穿戴设备、笔记本电脑最近三年的收入没有增长，相对于手机类产品的增速是不乐观的，想问一下管理层未来对于这两块的一个展望？

答：松井股份只有 300 余人，需集中精力和资源，先把手机类产品做好，对苹果、华为、小米等手机类产品服务做到极致，建立起世

界级品牌影响力。事实上，全球的可穿戴设备市场，依然是这些手机类品牌公司在引领，我们相信，可穿戴设备的未来市场，将比手机市场更加广阔，松井股份可徐徐图之。笔记本市场是一个比较平稳的市场，松井股份将在巩固既有的阵地下，稳步推进。

10、招股说明书里面的几个核心技术，其中 3D 玻璃感光油墨的专利权还没有获得，想问一下这个进展？

答：3D 感光油墨的专利权，正在走专利受理流程，目前是受理阶段。

11、松井股份的工业涂料毛利率不错，但营收偏小，松井股份如果未来 10-30 年朝着世界五百强企业去奋斗的话，涂层材料领域是否有扩充或者变化？

答：公司已有比较清晰的长期战略规划，但饭要一口一口吃，未来 3-5 年，我们会继续聚焦于工业涂料板块，在三个赛道上与对手赛跑，希望排在赛道上的前几位。当然，战略会随着环境的变化而调整，松井股份会适时修正战略。

12、招股说明书列了我们头部的一些客户，如苹果、小米、华为、VIVO 等，VIVO 在 2017、2018 年增长挺好，2019 年有比较大的下滑，不知道是什么原因？小米业务在 2018、2019 年增长很快，其实小米是物联网的龙头，后劲不小，公司和小米是否有深入的合作与协同？

答：松井股份的营销理念是：快速响应、聚焦、差异化，简单归纳为：快、狠、准，对所有客户的服务理念是一样的。像您提到的数据变化，是因为客户刚好有了差异化的需求，产生了需求方面的结构性调整，这些数据变化可以看成是特殊阶段的自然反应。我们和 VIVO 的合作关系非常好，公司东莞松山湖地区工厂对其贴身服务，目前也有很多差异化的项目在对接和跟进。

13、油墨主要是用于塑料模块吗？未来 5G 手机玻璃应用较多的话，我们有技术储备吗？

答：松井股份只做创新的技术和产品。我们的油墨产品区别于常规油墨产品，主要包括三类：（1）3D 感光油墨 手机结构件从 2D 转到 3D 的过程中，3D 感光油墨存在刚性的需求；（2）5G 消费终端专用油墨 为应对 5G 技术的发展需求，我们已做好该类油墨的产品技术储备，已经开始为某些客户提供相关产品；（3）3D 打印油墨。

14、水性化替代订单需求怎么样？

答：今年 12 月份始，国家将执行水性涂料相关政策，故今年的水性涂料产品相较于去年预计有大幅增长。松井股份已提前做好了准备，对于油性涂料的水性化替代品，我们已有储备。

15、凌总说企业文化是土壤，企业文化不仅是小册子，是每一个员工的行为，请问凌总花多少时间、什么方式灌输到每一位员工？

	<p>答：企业文化落地，要做到外化于行，内化于心，是一个由内而外的结果体现。企业文化建设是一把手工程，在企业文化传播过程中，首先我自己要深刻理解其内涵和本质；然后要以身作则，率先垂范，成为企业文化的宣传兵和布道者；贯彻和落地不能只靠说教，要运用好文化传播工具（如微信公众号、积分制、活动组织等）；最后，要有配套的企业文化激励制度。</p> <p>通过不断地教化、熏陶，让企业文化在全体员工的心中中生根发芽。</p> <p>16、12月份有强制推进水性涂料的政策，量有多大，募投项目还在建，有没有扩产措施？水性涂料和油性涂料的价格差距怎么样？</p> <p>答：国家水性涂料相关法规在12月份会强制执行，行业内已开始有焦虑情绪，一些模厂和国外客户都在关注中。公司的水性涂料车间已基本完工，年底可根据市场需求来调整产量。</p> <p>水性、油性涂料的价格随功能而变，如果是同样功能的产品，通常水性涂料要贵一些。两者的价格差异，取决于客户需求、推广政策力度、原材料行情等，总体来说，水性涂料更贵一些。</p> <p>17、胶黏剂是在规划，还是有研发？研发程度如何？客户认证周期多长？</p> <p>答：胶黏剂有在研发，客户也在配合测试，具体信息请关注公司后续相关公告。</p>
附件清单（如有）	2020年6月30日机构现场调研名单
日期	2020年6月30日

调研结束

本次调研活动于2020年6月30日下午16:30结束。

本次调研活动不存在未公开重大信息泄露情况。

湖南松井新材料股份有限公司

2020年6月30日

2020年6月30日机构现场调研名单

序号	单位名称	姓名
1	光大证券	傅锴铭
2	光大证券	肖亚平
3	中融基金	朱晓明
4	兴银基金	陈冠雄
5	汇添富基金	马翔
6	嘉实基金	陈景诚
7	睿远基金	尹世君
8	南方基金	都逸敏
9	中欧基金	王习
10	中信建投证券	邓胜
11	中信建投证券	严娟
12	中信建投证券	胡知陆
13	浙江雨融投资	刘晓波
14	天和投资	闫世文
15	中泰证券	张欣
16	汐泰投资管理有限公司	董函
17	海通证券	邓勇
18	海通证券	朱浩宇
19	海通证券	刘海荣
20	海通证券	张璇
21	汇添富基金	崔文琦
22	中信报诚	孙惠成
23	华西证券	陈凯西
24	申万宏源证券	任慕华
25	申万宏源证券	宋涛
26	申万宏源证券	王成强
27	睿远基金	钟明
28	景林资管	陈筛林
29	兴聚投资	刘力
30	长江证券	施航

序号	单位名称	姓名
31	宝盈基金	李幸
32	诺德基金	杨雅荃
33	中融基金	甘传琦
34	东方资管	毛鼎
35	博时基金	陈铖
36	国海富兰克林	张琼刚
37	广发证券	吴鑫然
38	国林证券	马群星
39	国林证券	任宗
40	个人大户	胡勃
41	天风证券	李元瑾
42	天风证券	李辉
43	中融鼎	吴函亮
44	嘉实基金	王子建
45	国金证券	刘嵘
46	国金证券	刘琴
47	湖南省信托	汪沙雨
48	西藏源乘	刘江波
49	杭州信特力	黎意平
50	高毅资产	姜思辰
51	兴业证券	邓先河
52	兴证自营	熊彬正
53	兴证自营	郜震宵
54	兴证自营	陈俊哲
55	国信证券	戴顺姬
56	国信证券	龚诚
57	天贝合资产	石新
58	天贝合资产	徐向阳
59	国盛证券	王席鑫
60	国盛证券	杨义韬
61	东方证券	万里扬
62	东方证券	倪吉

序号	单位名称	姓名
63	东北证券	王栋
64	浙商证券	李凯
65	中泰证券	叶欣怡
66	国海证券	王玉龙
67	国海证券	卢昊
68	国海证券	陈海强
69	国海证券	刘思敏
70	中银证券	鞠龙
71	国泰君安证券	段海峰
72	国泰君安证券	谢隽
73	吉祥人寿	傅安里
74	万泰华瑞投资	刘志刚
75	华泰证券	刘婷
76	沃珑港资产管理公司	赵宏鹏
77	南土资产管理公司	王文星