

证券代码：002824

证券简称：和胜股份

广东和胜工业铝材股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2017-10-01

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	中信建投证券研究助理 苏东 东北证券 胡英燊				
时 间	2017 年 10 月 16 日				
地 点	公司三楼董事会秘书办公室				
上市公司接待 人员姓名	董事会秘书丁亮				
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>1、2016 年各板块产销情况、产能利用率如何？公司产品的 主要销售市场为哪里，市场定位如何，盈利情况如何？（主营业务 情况）</p> <p>答：由于行业的特殊性，目前只能对公司的整体产能进行核算，无法具体到各板块的产能，2016 年整体产能约 38,110 吨，产能利用率约 83.20%，产销率约 94.02%。2016 年各产品类别的销售情况如下：</p> <p style="text-align: center;">公司 2016 年产品销量情况</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"><thead><tr><th>产品类别</th><th>销量（吨）</th></tr></thead><tbody><tr><td>电子消费品</td><td>17,142.40</td></tr></tbody></table>	产品类别	销量（吨）	电子消费品	17,142.40
产品类别	销量（吨）				
电子消费品	17,142.40				

耐用消费品	9,243.85
汽车部件	3,140.75
其他	285.79
合计	29,812.79

销售市场区域：公司的工业铝挤压材产品销售范围较广，涵盖了国内和国外两个市场：①国内主要集中于珠江三角洲、上海、江苏、山东等沿海地区，2016 年国内销售金额约 54,067 万元，占营业收入的 70.52%；②国外市场主要分布在香港、日本、东南亚及欧洲，2016 年国外销售金额约 20,966 万元，占营业收入的 27.35%。

市场定位：公司致力于打造成一家以国际知名品牌为终端用户，以研发新型铝合金材料为基础，应用熔铸、挤压及精密加工核心技术，采用科学的管理模式，广泛服务于电子消费品、耐用消费品及汽车零部件等众多产业，为其硬件供应链环节提供高端铝合金材料、铝挤压材及其深加工制品，并为客户提供个性化定制服务的公司。

盈利情况：2016 年公司实现总销售额 76,665.16 万元，同比 2015 年度增加 6,340.51 万元，同比增长 9.02%。实现净利润额 7501.55 万元，同比 2015 年度增加 2,358.94 万元，增幅 45.87%。

2、公司目前电子、汽车、耐用消费品三大领域产能规模分别怎么样？今年上半年三大领域各自的产量如何？后期的产能扩张规划如何？

答：（1）2017年上半年公司产能较去年同期均有所增加，主要是新投入生产线加大了电子消费品以及汽车部品的产能。产量：由于部分产品出现季节性波动，导致2017年上半年电子消费品产量和销售收入总体有所下滑。2017年上半年汽车部品销量同比有大幅增长，增长最多的是汽车天窗导轨，电池外壳和汽车热交换器多孔扁管销量较去年同期有所增加。耐用消费品类产品整体产量和销售收入同比均有大幅增长，主要是婴儿车、卫浴产品等行业较去年同期收入均有大幅增长。

（2）随着下游市场的发展，为了满足下游应用领域发展对高端铝挤压材的需求，公司为了突破现有产能瓶颈，继续加大对电子消费品和汽车配件行业生产设备的投入，提高公司高端铝挤压材产品的生产加工制造能力。

继续加大对铝棒熔炼铸造生产设备的投入，确保自身铸棒供应和满足对外销售的需求；公司还将继续加大募投项目的建设速度，逐步释放部分产能，以满足未来市场成长的需要。

3、能否对公司 2016 年年报的各细分领域业务进行业绩额分拆？

答：公司产品主要应用于电子消费品、耐用消费品以及汽车零部件等行业领域。2016 年公司主营业务收入 75,032.90 万元，主要增长驱动因素是受电子消费品类产品销售收入及占比不断提高影响，以及汽车零部件类产品销售收入的增长，公司盈利能力不断提升。

2016年公司电子消费品及主要产品、汽车零部件、耐用消费品产品收入占比及增长情况如下：

单位：万元

项目	2016年		2015年	
	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	75,032.90	100%	64,766.85	100%
电子消费品	43,162.07	57.52%	35,852.31	55.36%
其中：手机面板	14,152.08	18.86%	4,070.81	6.29%
平板电视铝质边框	3,985.85	5.31%	3,357.60	5.18%
HDE铝材	6,554.05	8.73%	5,744.29	8.87%
汽车零部件	6,454.92	8.60%	3257.55	5.03%
耐用消费品	21,265.40	27.74%	21,569.59	30.67%

4、公司各个生产环节的成本是多少？对应毛利率是多少？

答：2016 年公司的主营业务成本按产品工艺分类如下：

单位：人民币元

生产工艺	2016 年主营业务成本		毛利率
	金额	占比	
挤型素材	382,036,578.37	66.91%	21.22%

挤型深加工材	166,141,857.78	29.10%	27.60%
受托加工	22,738,432.61	3.98%	36.65%
其他产品	17,167.67	0.01%	27.95%
合计	570,934,036.43	100.00%	23.91%

从产品工艺分类，公司的主营业务成本主要由挤型素材、挤型深加工材产品构成；受托加工业务成本主要包括氧化加工、铝棒加工业务的成本。从产品应用行业分类，公司的主营业务成本主要由电子消费品及耐用消费品构成，两者占主营业务成本的比例在 90%左右。

5、公司对后续铝加工行业怎么看，集中度是否会进一步提高，公司自身规划如何？为什么公司的铝加工产品毛利率比利源精制等相对较低一些。

答：近年来，高附加值铝型材及深加工产业是国家行业政策鼓励和支持发展的行业，未来发展前景良好，铝挤压材的深加工对于扩大产品的用途、提高产品的附加值、延伸企业的产业价值链等具有较大的现实意义，深加工技术越来越受到众多铝挤压材加工企业的重视。本公司将围绕高端铝型材的深加工为主题，通过建设新的厂房、购买新的设备从而扩大公司在高端铝型材深加工方面的生产加工能力，从而抓住市场机遇，扩大公司的市场占有率，提高公司在行业内的影响力和品牌知名度，满足国家各行业发展对高端铝型材的需求。

公司与同行业可比公司毛利率的差别主要基于以下原因：

1、产品不同导致毛利率差异:公司与同行业可比公司从事的均为铝挤压材生产和销售业务，但每家公司所侧重的业务领域和具体产品会有所差别;

2、挤压机吨位不同，挤压效率有所差异:由于产品不同，各公司所适用的挤压机吨位情况不同。一般而言，挤压机吨位越大，挤压效率越高。

3、人员成本占比较高，自动化程度相对较低:由于发行人生产的多为非标准化的小件工业型材，部分生产环节仍需要较多人工成本，自动化程度较低，因此毛利率相对较低。

6、公司上半年的铝加工材的产量和加工费变化如何，电子、汽车、耐用消费品三大领域分别对业绩的贡献如何？对下半年的业绩预估如何，因为第三季度业绩预计在 4,400-5,400 万元，相当

于第三季度在 800-1800 万元，业绩同比还稍有下滑，业绩表现较平的主要原因是什么呢？

答：(1) 2017 年上半年公司产量、销量较去年同期均有所下降，下降的主要原因是部分产品出现季节性波动。公司产品是针对不同客户的产品工艺要求以及复杂程度收取不同的加工费用，公司进行加工费报价后，经客户确认并在一定有效期内执行，但该加工费会受到市场上同类产品加工价格及客户自身所在行业整体利润水平的影响，市场竞争加剧或客户成本压力，客户会出现发起下调加工费的情况，少数情况下公司出于成本压力，也会出现发起上调加工费的情况。

(2) 2017 年上半年，电子消费类、耐用消费品、汽车零部件产品营业收入分别为：200,533,191.22 元、121,040,328.12 元、40,171,840.91 元，占比分别为 50.88%、30.71%、10.19%。2017 年 1-9 月归属于上市公司股东的净利润预计在 4,400-5,400 万元，主要是由于部分电子消费品出现季节性波动导致电子消费品类产品的销量及收入未达到预期的目标，受此影响，公司新增 27#、28#挤压生产线产出未达到预期效果，固定成本上升，导致营业成本上升的幅度大于收入增长的幅度，净利润同比略有下降。

7、公司成本方面如何进行控制，下游产品的定价模式是按照固定毛利率定价还是固定加工费？对上游铝锭的采购模式如何，铝价上涨是否会给公司业绩带来影响？铝价的变化对公司的毛利率有何影响？

答：(1) 关于成本控制，财务部每年初都会制定各部门财务预算，各项成本费用发生时按预算管理、严格控制预算外费用的发生；公司内部定期检讨各部门预算执行情况并分析成本费用控制不合理情况。

(2) 公司主要定价模式为“基准铝价+加工费”，公司产品基准铝价于客户下订单时确认，如果原材料市场出现价格上涨情况，则与客户结算的基准铝价会随市场而上调，从而在一定程度上避免原材料价格上涨给公司带来的风险。铝价上涨对公司经营业绩不会有实质性的影响。

(3) 公司在采购方面总体采取“以销定产、以产定购”的方式。公司生产部每月末根据订单量、生产周期及产品交期制定次月铝锭采购计划，采购价参照上月广东南海灵通铝锭或南储加权平均价。

(4) 基于上述公司的定价基准，倘若客户对铝锭基准价进行调整，则

公司产品销售价格会发生变化，进而影响产品毛利率；倘若客户对铝锭基准价未及时进行调整，则公司产品销售价格不会变化，但产品成本中铝锭成本会发生变化，进而也会影响产品毛利率。

8、铝价上涨是否会影响财务费用的增加？公司在原料这块套保的比例是怎样的？具体是怎么操作的？

答：公司主要定价模式为“基准铝价+加工费”，基准铝价上涨，公司产品的销售价格也会随着进行调整，对公司经营业绩不会有实质性的影响，对公司财务费用不会造成影响。

公司生产部每月末根据订单量、生产周期及产品交期制定次月铝锭采购计划，采购价参照上月南储铝锭均价或下单当日广东南海灵通。公司客户一般逐月下达订单，订单的基准铝价时点与公司每月铝锭实际采购时点存在时间差，因此公司将承担由于上述时间差所造成的铝锭价格波动风险。公司应对该风险的主要措施如下：在确认定价方式所采用的基准铝价后，会在大部分订单中增加合同条款：“即当出货当月基准铝价涨跌幅度超过订单中约定市场价格的一定幅度时（正负 500 元每吨），需要进行价格调整，未超过幅度时，将维持原价。”通过上述条款的约定能够使发行人一定程度避免在签订销售合同至铝锭实际采购期间之内的原材料价格大幅波动的影响，从而目前公司没有必要进行铝价的期货交易。

9、公司目前存货有多少？采购模式怎么样，按照月度还是季度采购，铝价的大幅上涨能不能带来存货升值呢？

答：存货情况：截止到2017年6月30日，公司存货账面余额约为人民币1.33亿元。公司总体采取“以销定产、以产定购”的采购模式，按照月度进行采购，公司每月末根据订单量、生产周期及产品交期制定次月铝锭采购计划。铝锭在存货中的占比较小，故铝价的大幅上涨对存货的升值影响不大。

10、公司在高端工业铝材、铝合金新材料、铝合金管材等核心技术方面处于怎样的行业地位以及有哪些研发计划？

答：近年来，公司的行业地位不断提高，被中国有色金属工业协会评选为“中国工业铝挤压材十强企业”第六名，由于公司的产品追求现代、时尚、高科技含量，在客户群中建立了较好的形象，使公司成为部分知名企业产业链的重要一员。

公司作为专注于工业铝挤压材研发与制造的企业，坚持以技术创新为核心竞争力，依托“广东省铝合金新材料工程技术研究中心”研发平

台，研发具有市场前景的新材料、新工艺和新产品，公司将进一步提高公司科研、开发和试验能力，提高产品质量和技术服务水平，增强自主创新能力，凸显技术优势，促进研发成果的产业化进程，将技术成果转化为产品竞争力和市场占有率，提高公司盈利能力，增强公司整体竞争实力。

11、高端工业铝型材生产建设项目的情况介绍？二期的开工情况？预计建成时间，建成后的产量及对公司业绩能有多大提升？

答：募投项目在公司上市前已自筹资金开工建设，目前部分厂房已经建设完成，且已经购置了部分挤压生产设备投入生产并开始批量生产移动电源外壳及手机面板用挤压材和淋浴房用铝材等产品。2017年仍有部分生产设备投入使用。募投项目二期建设工程（包括高端工业铝型材生产建设项目二期工程和研发中心建设项目）预计将在2017年底之前开始动工。截止2017年6月30日高端工业铝型材生产建设项目已累计投入金额为14,996.11万元，投资进度达到67.69%，预计全部达产的时间为2019年9月1日。

高端工业铝型材生产建设项目建成后，将有利于延伸公司产品的触角，扩大公司的经营规模，提高市场占有率。本次项目新增固定资产总投资总额为18,235.20万元，预计项目达产后新增能22,000吨，新增销售收入总额为63,610.00万元，年均利润总额约7,783.20万元。

12、2017年经营目标的实现情况怎么样？后期是否会考虑增大汽车部件市场，诸如动力电池铝壳占比等的毛利占比是否会有提高？对于新能源汽车方面的业务推进情况及预测，会重点推广吗？

答：2017年度的经营目标：2017年全公司计划销售各类铝材重量35628T，实现销售收入98,218万元。2017年上半年公司销售各类铝材重量13,899T，实现总销售额39,414.82万元，较上年同期增长2,488.23万元，同比增长6.74%。

2017年上半年公司加大了汽车部件行业的开发力度，重点加大了新能源汽车配件及配套产品的开发和销售，落实开发新能源汽车配件及汽车锻造材，增长最多的是汽车天窗导轨，电池外壳和汽车热交换器多孔扁管销量较去年同期有所增加。电动汽车动力电池外壳产品品质要求高，毛利率水平较其他汽车类产品毛利率水平高，电动汽车动力电池外壳在汽车类产品收入的占比直接影响整个汽车部件类产品的毛利率水平。

13、下游电子消费品、耐用消费品以及汽车部件市场对铝型材的需求如何，是否有新增量？这三块主营产品的订单情况有没有变

化？

答：(1) 电子消费品涵盖了个人、家庭及办公用的诸多消费类电子产品，工业铝挤压材主要以各种专业关键零部件、外壳、外观装饰件以及对传统材料基材的替代产品等形式体现。因此工业铝型材在电子消费品领域的应用较为广泛，如智能手机外壳、移动电源外壳、平板电脑外壳、数字电视边框及支架、办公用激光打印/复印机用感光鼓鼓基、加热辊和驱动辊，电脑硬盘驱动组件，相机镜筒、游戏/视听电子设备、电子保健设备、散热器以及其他电子办公用品等诸多电子产品，并伴随着这些电子产品市场需求的增长而增长。

工业铝挤压型材在耐用消费领域的应用主要体现在家用电器的结构部件或外观装饰件、家居装饰产品的边框、支/挂架、底座、拉手、婴儿车前后脚、底架、手把、背扣以及其整体淋浴房等卫浴产品等，铝合金材料凭借质轻、抗蚀抗老化、经久耐用、美观大方、易于着色、良好的加工性能和低维护等诸多优势，被广泛应用。随着人们生活水平和消费水平的提高，新修住宅的装修、旧住宅的改造以及家电的更新换代等都为耐用消费品行业带来了广阔的市场空间，也为铝挤压材在此类行业产品的应用提供了良好的发展机遇。

从工业铝挤压材在汽车上的应用来看，伴随着我国汽车制造业的竞争日趋国际化，节能环保等概念日益深入人心，在我国铝加工技术快速发展的推动下，汽车“铝化”程度不断提高，工业铝挤压材也被广泛用作发动机、空调热交换器、天窗导轨、减震系统等诸多关键零部件基材。尤其是近年来伴随着新能源电动汽车的快速发展，工业铝挤压材凭借其优异的性能更是被广泛用作动力电池的外壳，以保证动力电池的散热效果和性能稳定。

(2) 公司将不断扩大生产规模，提高公司铝挤压材及深加工产品在消费电子品、耐用消费品、汽车零部件等应用行业的市场占有率。由于部分产品出现季节性波动，导致 2017 年上半年电子消费品产量和销售收入总体有所下滑。2017 年上半年汽车部品销量总体大幅增长，增长最多的是汽车天窗导轨，电池外壳和汽车热交换器多孔扁管销量较去年同期有所增加。耐用消费品类产品整体产量和销售收入有大幅增长，主要是婴儿车、卫浴产品等行业较去年同期收入均有大幅增长。

14、 公司是否考虑新的方向发展，新增新的利润新增点？目前公司对上游铝行业的看法，铝价的观点。

答：公司 2017 年的整个经营大方向为以下几点：

	<p>(1)要继续加大对电子消费品的市场拓展的力度，提高包括手机面板、电视机边框等产品的市场占有率；</p> <p>(2)汽车配件的方向：公司汽车配件子公司从 2015 年组建以来，经过前期的筹备和市场开发，今年会逐步进入正常量产阶段，将会成为公司一个新的增长点；另外新能源汽车方向也会加大加发的力度，如新能源汽车电池及配套产品方面的销售；</p> <p>(3)深加工方向：公司要继续加大深加产品的开发力度，提高深加工产品的占有率；</p> <p>(4)要加大募投项目的建设速度，逐步释放部分产能，以满足市场成长的需要。</p> <p>(5)要充分发挥公司在合金材料方面的优势，进一步提高铝合金园铸锭的生产能力，一方面可以解决自身铝棒供给的问题，另一方面可以迎合市场对于高端铝合金园铸锭的需求，向客户直接销售高端铝合金园铸锭。</p> <p>公司上游行业主要是原材料铝锭、其他合金材料和合金添加剂等，其中铝锭市场供应较充分，铝锭价格会受到市场供求关系、电价、氧化铝价格、进出口政策及汇率等多方因素的影响，为规避铝锭价格波动带来的风险，除储备一定用量的安全库存外极少储备无订单依托的备料，而由生产部每月末根据订单量、生产周期、产品交期等制定次月的铝锭采购计划并按照计划下达订单进行采购。</p> <p>15、公司目前在手订单情况如何？能否对 18 年的情况做个大致的预判？</p> <p>答：凭借公司在行业内的竞争优势，公司已成为多家行业内知名公司的产品供应链中的重要一员。大型企业一般对产品订制的可满足性、质量、精度、交货时间及公司管理水平的要求较高，其在选择供应商时更加注重供应商的规模、产品品质保证、售后服务等可持续性方面，通常对供应商的考察系统且全面，周期较长，一旦确定供应商后不会轻易变动，具有业务关系持久和需求稳定的特点，这为公司未来业务规模进一步扩张后的营销工作奠定了基础。公司每年与长期合作的客户签订产品销售的框架协议，客户在实际采购时向公司下达订单，约定产品数量、品质、交期、结算方式等。2018 年度的业绩预测及经营计划公司将分别在 2017 年第三季度报告和 2017 年度报告中进行披露。</p>
附件清单(如有)	无

日期	2017 年 10 月 16 日
签字确认	