

证券代码：603181

证券简称：皇马科技

公告编号：2019-023

## 浙江皇马科技股份有限公司

### 关于举办投资者接待日活动情况的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

#### 一、投资者接待日活动类型

本次公司投资者接待日活动以现场交流方式举办。

#### 二、投资者接待日活动的时间、地点

（一）活动时间：2019年4月19日（星期五）下午16:00-17:00

（二）活动地点：浙江省绍兴市上虞区章镇工业新区公司会议室

#### 三、参加人员

公司董事长王伟松先生、总经理王新荣先生、董事会秘书兼财务负责人孙青华女士、部分公司中层领导及公司保荐人国信证券王颖先生、楼瑜女士。报名参会人员：机构投资者及个人。

#### 四、投资者参加方式

参与本次活动的投资者以现场提问形式，就所关心的问题与公司管理层进行沟通交流。

#### 五、投资者接待日活动主要内容

本次接待日活动的具体内容请详见附后的《皇马科技关于投资者接待日活动会议纪要》，请投资者参阅。

特此公告。

浙江皇马科技股份有限公司

董事会

2019年4月23日

# 浙江皇马科技股份有限公司

## 关于投资者接待日活动会议纪要

### 一、接待日基本情况：

（一）活动时间：2019年4月19日（星期五）16:00—17:00

（二）活动地点：浙江省绍兴市上虞区章镇工业新区公司会议室

### 二、接待日主要内容纪要：

（一）公司董事会秘书孙青华女士宣布公司 2018 年度投资者接待日活动开始，并介绍出席会议的人员情况。

#### （二）问答环节

出席活动的投资者就其关注的公司经营情况、公司治理以及持续发展等问题与公司管理层进行了充分的交流和沟通，主要内容记录如下：

#### 问题 1：请介绍一下公司产品的定价模式

公司执行的是立足板块特性的产品定价模式，分为常规大品种产品的市场定价，小品种大客户的价格公式定价，特殊定制类产品的特殊定价等多元化报价模式。对于常规产品的定价主要参考市场价格并结合公司的品牌、服务优势制定价格；长期稳定大客户所需小品种，依据市场原材料价格的变动，采用既定报价公式模式，月度季度调整报价，锁定盈利；特殊定制产品，根据产品开发生产难易程度，制定合理的价格。

#### 问题 2：公司募投项目进展情况如何？何时投产？

公司当前募投项目正有序推进，其中年产 10 万吨特种表面活性剂新型智能化综合技改项目和研发中心建设项目已于 2018 年底顺利完工。剩余年产 7.7 万吨高端功能性表面活性剂（特种聚醚、高端合成酯）技改项目，分两期。第一期在第一季度已试生产，第二、三季度产能释放；第二期在第二季度试生产，第三、四季度产能释放，总的来说 2019 年底能基本释放。年产 0.8 万吨高端功能性表面活性剂（聚醚胺）技改项目预计 2020 年第一季度建成完工，2020 年第二季度实现试生产，6 月份前产能释放。

问题 3：公司一季度业绩同比增长很快主要原因是？原材料跌价对我们影响如何？

公司始终秉承“大品种调结构、功能性小品种创盈利”的经营策略，大品种板块价格随行就市，一季度业绩增长主要靠小品种板块的增量及毛利率的提高，概括来说就是老板块的增量及新板块的增长。

对于工业企业来讲，原材料价格对企业盈利能力的影响主要取决于库存结构和定价模式。目前来讲第一季度价格波动对我们影响不大。

#### **问题 4：公司新产品 MS 树脂目前处于什么情况？**

MS 树脂在推广及客户反馈阶段，小试、中试及客户试验都已基本完成，公司未来的 MS 树脂产品是细分市场里的小板块，定位高端化。另外皇马新材料公司新材料树脂产能还会有其他高端树脂产品如半导体及电子化学品新材料树脂、UV 光固化涂料新材料树脂等。

#### **问题 5：小品种板块和陶氏、巴斯夫公司的优劣势对比。**

陶氏、巴斯夫是国际知名的企业。我公司是目前国内生产规模最大、品种最多、科技含量较高的特种表面活性剂生产企业之一。公司一直注重研发和创新，充分发挥小产品的优势，利用自身研发优势和快速服务于市场的优势，高效灵活的服务于客户，获得了自己的市场发展空间。

#### **问题 6：小品种中占比大的板块市场占有率是多少？下游客户未来是不是会集中化？**

公司小品种板块量大面广，不能单纯用市场占有率来衡量，公司下游客户 1700 多家，且全部直销。工业表面活性剂有“工业味精”之称，下游可应用于有机硅、涂料、油漆、油墨、电子、农药、印染、化纤、石油等多个领域，公司产品种类已涉及 12 大板块 1300 多个品种，下游客户面越广，说明客户群体越健康，下游客户未来不会出现集中化。

#### **问题 7：公司长期以来销售费用非常低，会不会后面会变成主动去推广产品？**

公司产品已经超过 1300 种，相对的细分板块也达到 12 个，无论是采购、生产还是销售的管理难度都非常大，公司在持续发展过程中摸索出了一套行之有效的管理模式。公司建立了分板块的专业化营销模式，每个板块都配有专业的技术工程师、营销工程师和服务工程师。这种以客户服务为中心、研发-服务-营销为一体的模式既提升了研发效率，增强了客户粘性，也提升了销售效率，大幅降低了销售费用，特别适用于表面活性剂这种需求差异化较大的行业。未来公司通过

重点打造市场信息发展部，深入了解市场信息，参加各种行业会议、国际展会，结合市场情况做好现有板块业务拓展与新产品的推广，适时主动出击开拓市场。