

## 西安瑞联新材料股份有限公司

### 关于接待机构调研的会议纪要

2021 年 12 月，西安瑞联新材料股份有限公司通过现场、线上方式接待机构调研 8 次，涉及万家基金、嘉实基金、国泰基金、天弘基金、华夏基金、上投摩根基金、广发证券、中信证券、中银证券、申万证券、西部证券等 100 余家机构。具体交流情况如下：

#### 一、 参会人员

公司参会人员：董事长刘晓春、财务总监兼董事会秘书王银彬、证券事务代表武丹

#### 二、 调研主要问题

##### 1. 问题：液晶的毛利率是否会下降？

答：基本上没有下降的空间了。今年原材料价格和汇率的上涨比较明显，公司对受原材料价格上涨影响比较明显的产品已经采用一单一议的方式销售。

##### 2. 问题：OLED 未来的增长主要靠大尺寸吗？

答：这是公司看好 OLED 产业其中的一个原因，目前 OLED 屏幕在大尺寸显示终端的应用占比是非常低的，根据第三方的数据，2021 年前三季度液晶电视面板的出货量超过 2 亿片，OLED 电视面板的出货量将近 500 万片，如果 OLED 在电视领域中的占比能提高到 10%、20%甚至 30%，OLED 材料的需求将会大幅增加。

##### 3. 问题：产能是否能满足生产？

答：公司的产品都是基于小分子有机合成这一技术，因为终端产品的应用不同，所以分有不同的业务板块，但是生产设备、质量检测体系都是通用的，在产能紧张的时候可以通过调配产线缓解压力。随着募投项目的陆续完工，最近两年的产能还是有保证的。

##### 4. 问题：公司这些化学产品的生产是否对反应环境有要求？

答：一些高端的材料会在超净室里完成，其他普通的产品正常生产就可以了。从纯度上来看 OLED 要求是最高的，之后是液晶。

5. 问题：OLED 发光材料国内企业是否会快速崛起？

答：长远来看是有很可能性的，但时间不是想象中那么快，大多数 OLED 专利还是由外国公司掌握的。

6. 问题：公司被低估是否因为业务过于分散？

答：公司的优势是很集中的，产品都是围绕小分子有机合成这一核心技术。只是产品的使用方向很多。

7. 问题：OLED 会有新的客户导入吗？

答：主流客户基本上都覆盖了，除了 UDC。他们的模式是专利授权。

8. 问题：氙代产品与其他材料的区别？

答：用在蓝光材料里面，核心的作用是提高了蓝光材料的寿命。

9. 问题：氙代产品的毛利和价格如何？

答：这个产品要用到重水，是受到国家管控的，因此价格会比普通的蓝光材料贵一些，毛利也还可以。

10. 问题：OLED 业务毛利情况如何？

答：OLED 整体毛利率一直在增加，从最初的不到 20%，再到 20%多，现在也达到 30%了。这是因为 OLED 目前的更新迭代很快，公司没有时间对生产工艺进行优化。随着行业技术不断成熟，产品种类稳定以后进行工艺优化，规模效应渐渐凸显，毛利率还是有上升空间的。

11. 问题：OLED 未来能否再占有国外同行的市场份额？

答：OLED 业务的增长一方面源自行业终端产品销量的增长，提高了 OLED 材料的需求，另一方面部分 OLED 终端材料商会把一些原本自己生产的升华前

材料外放出来。

12. 问题：为什么会向原料药发展？

答：公司在和国外客户接触的过程中，有部分客户表示想让公司从中间体做到原料药，现在一些药企把原料药的生产转移到中国和印度，如果没有原料药的资质是很难拿到大订单的。

13. 问题：医药的导入周期大概多久？

答：如果是原研药，那很难说，可能 20 多个项目从一期开始 5、6 年跟下来都失败了也是有可能的。所以公司一直在拓展新的管线。

14. 问题：有没有新的产品放量？

答：新剂型中与 PA0045 配套的中间体预计明年上市后也会开始缓慢增长；还有一个中间体对应的终端药是治疗子宫肌瘤的，三期临床已经结束，在补充数据阶段，大概率也会上市。除了上述产品，未来应该还会有几个中间体的终端药物可能会在这两年商业化。

15. 问题：国内医药客户主要是做哪方面？

答：国内的客户主要以仿制药为主。

16. 问题：新能源材料这方面的技术和其他板块有区别吗？

答：差别是有的，但是不大，侧重在水分的控制和金属离子的去除。

17. 问题：VC 的客户有哪些？

答：公司目前没有量产产品，只有小试的样品，客户不接受实验室样品的验证。公司已经和一些客户接触了，只要量产出来的产品合格，我们还是有信心的。

18. 问题：公司的业务是否具有周期性？

答：从历史数据来看，一般下半年会比上半年好。可能是和终端产品的销售

有关，春节电视、电脑的促销反映到公司这边就是在 9 月、10 月的显示材料销量会升高。

19. 问题：减持的股东有没有考虑通过大宗交易出货？

答：公司的小非股东大部分是一些风投、机构，也是金融圈的，都有自己的渠道，不同股东的减持方式倾向性也不同。

20. 问题：公司属于高耗能企业吗？

答：不属于，水电气在成本中占比比较低。

21. 问题：核心医药产品目前的情况？

答：PA0045 和年初预计差不多，相比去年会有所增长。一个中间体对应的终端药用于治疗子宫肌瘤，欧美市场其终端代理已经在 9 月份向 FDA 进行了申报，预计会在明年上市。和 PA0045 配套在新剂型上使用的中间体还在验证中，可能会在明年上市。

22. 问题：在手管线情况？

答：截止 9 月底，公司拥有管线 92 个，其中创新药 63，仿制 29 个。所有管线中有 30 个商业化的，临床三期和临床后的有 15 个，临床二期有 13 个，临床一期和临床前的有 33 个。目前还是有所增长的。

23. 问题：GMP 工厂进度如何？

答：原料药工厂总经理已经招聘到位，预计明年年中硬件设备可以达到试生产的要求。计划明年年底拿到医药生产许可证，2023 年开始 GMP 认证，同时向 FDA 申请认证。

24. 问题：除去 GMP，其他的产能明年会有多少增加？

答：已经有一个车间在 8 月投产，明年预计还会有两个车间投产，每个车间都会有一个逐步达产的过程，整体来看是能匹配公司业务发展的。

25. 问题：液晶募投项目为什么推迟？

答：疫情对工程建设影响还是比较大的，加上根据客户的需求产品有所调整，对应车间设计也要调整，再者我们加强了车间建设的自动化程度，降低人工成本；因此液晶的募投项目有所推迟，这是和公司对市场的预期、整体的战略布局一致的。

26. 问题：VC 的产能和其他板块业务产能是不是不一样？

答：是的，生产设备上还是有所不同，VC 项目的产能会大一些。

27. 问题：仿制药毛利率有多少？

答：相对于创新药，仿制药的毛利率会低一些，不同产品也是不一样的。

28. 问题：PA0045 还会降价吗，二供的比例有多少？

答：这个产品去年已调价，明年年底可能会再次和客户协商。目前二供的占比还比较小。

29. 问题：明年对 OLED 的预期？

答：和以前对 OLED 业务的看法没有变化，预计 OLED 市场会保持高速增长。

30. 问题：给凯莱英供应中是否需要 GMP 认证？

答：医药中间体的本质上还是一个化学物质，不需要 GMP 认证。

31. 问题：公司之前提到的有机绝缘膜的研发是用于液晶还是 OLED 上？

答：用于液晶面板的 TFT 平坦层。

32. 问题：OLED 升华后材料国内销量如何？

答：国内客户我们也在不断接触开拓，目前国内主要客户有 2 家，国内收入占比不大。

33. 问题：终端材料商的客户的国内外分布情况如何？

答：根据第三方数据显示，OLED 面板厂商 90%是外国公司，以日韩为主。

34. 问题：VC、FEC 的市场及竞争格局如何？

答：市场从去年下半年开始还是比较紧缺的，价格也在涨，所以我们看到其他一些企业也在积极布局。从现在了解的市场信息来看，VC 的价格有略微回落，但是下游新能源车整体市场的增长还是比较迅猛的，电池也还是会保持每年快速增长的态势，对于 VC、FEC 的需求还是比较旺盛的。公司的项目预计明年可以投产，已经在积极的接触下游的客户，而且产能也不是很大，风险还是比较小的。

35. 问题：买地的原因是什么？

答：各个募投项目完工后公司将面临没有空地扩产的情况，为配合战略发展所以在化工园区买地，计划其中一部分用于 OLED 材料的产能扩充，一部分用于生产医药中间体，还有一部分用于新材料的发展。

36. 问题：OLED 产品在产业链中处于哪个环节？

答：OLED 材料的产业链是从原料做到中间体再到升华前材料，之后经过升华成为终端材料，之后就可以送到面板商用于面板制造，公司只做到升华前材料，也生产部分中间体，升华这一步工作公司是不做的。

37. 问题：OLED 材料的市场规模有多大，公司的市场占比是多少？

答：上市的时候是 14%，去年测算大概是占 16%，今年应该还会增加。

38. 问题：公司产品的更新是由终端面板商决定的吗？

答：是的，公司的产品主要是定制化的，面板厂商的需求变化会传导到终端材料商，为了配合终端材料商调整材料构成，公司做相应的研发。

39. 问题：OLED 有材料迭代方面的研发吗？

答：公司不是做终端材料的，相当于是 OLED 方面的 CDMO，客户给公司化合物，按照结构进行开发，有荧光的，也有磷光的，是按照客户的需求进行研发的。

40. 问题：发光材料在收入的占比？

答：从收入上来看发光层占 80%。

41. 问题：TADF 公司有做吗？

答：TADF 作为第三代 OLED 发光技术，公司一直密切关注并积极布局，公司与全球知名的 OLED 材料研发公司 CYNORA 一直有合作，共同开展 TADF 材料方面的业务合作。

42. 问题：OLED 未来的增长在哪些方面？

答：一部分是手机的更新换代，另一部分是大尺寸领域的增长，随着每年 OLED 电视尺寸和数量的增加，OLED 面板的需求还是很大的。还有随着国内产线的达产、良率的增加，会带来一部分增长。

43. 问题：哪个板块的研发难度最高？

答：OLED 是相对比较难的，每年新品的研发项目多，要求的纯度高，用到的溶剂多，整体工艺也比较复杂。

44. 问题：液晶未来的预期如何？

答：液晶未来的增长会回归自然增长，国外产线正在陆续转向国内，这对公司有一定的利好，公司是国内三家混晶厂商的核心供应商。

45. 问题：OLED 技术会冲击液晶电视的市场吗？

答：从长远来看，我们还是很看好 OLED 的发展，无论是手机还是电视 OLED 都在一点点侵蚀液晶的份额，但是从技术发展和成本的角度看，二者在一定时间内还是共存的，目前 OLED 电视占比很低，在全球电视的销量中不到 3%。

46. 问题：未来公司会把医药业务向欧美发展吗？

答：医药中间体产品大部分都是出口，目前以日本客户为主，但也一直在拓展欧美客户，目前与阿斯利康、吉利德等欧美客户有合作。

47. 问题：公司做医药业务是受日本客户影响吗？

答：最早的时候公司一直是单一大客户的情况，主要客户是日本智索，公司的生产、管理、质检体系的搭建日本客户也提供了很多帮助。因为公司和智索长期友好合作的这一层关系，在拓展医药业务的时候日本客户对公司的整体认可度比较高，合作起来相对容易顺利一些。

48. 问题：PA0045 终端药的增长情况？

答：今年医保谈判终端药物依旧处于集采目录中，从市场反馈、行业分析员的介绍来看，未来这个药还会保持一定增长，对应中间体的需求也会不断增长。

49. 问题：预估一下再开发出来一个类似 PA0045 这样的产品的可能性有多大，投入会是多少？

答：这和投入没有太大关系，公司 2007 年进入医药中间体领域，Chugai 一开始给了十几个处于一期的化合物，到了 2015 年 PA0045 才开始慢慢形成销售。所以很难确定短时间是否会再出来一个爆品。只能是尽可能多的增加管线数量，提高爆品的几率。

50. 问题：未来公司在医药板块的计划如何？

答：一方面是希望医药中间体能随着终端药物的上市增加一些收入，另一方面希望原料药工厂尽快投产，能为公司带来更大的收入增量。

51. 问题：OLED 的出货量如何，明年是否有扩张的计划？

答：公司的产线是柔性的，可以在不同产品之间调配，而且明年会有两个车间会投产。

52. 问题：氙代蓝光材料会影响终端电视价格吗？

答：升华后材料在面板成本中占比并没有很高，所以升华前材料对面板价格的影响是非常有限的，而且随着面板良率的提高，工艺的提高，成本还是逐步在下降的。

53. 问题：产能利用率总共有多少？



答：整体来看产能利用率超过 90%。

54. 问题：OLED 材料价格波动大吗？

答：OLED 升华前材料价格波动一般并不大，通常放量时会做价格调整。

55. 问题：通过技改降成本的比例能有多少？

答：如果做工艺优化的话，对材料成本的降低还是比较大的，规模效应主要降低的是制造费用。

56. 问题：OLED 毛利的增长有多少是靠成本，多少是靠销量？

答：主要是靠销量的增长和新品的销售。

57. 问题：绿光的氙代材料也是增加寿命吗？

答：氙代技术应用在绿光中可以提高性能，例如发光效率。

58. 问题：这样看来氙代产品是有相当高的议价能力和护城河的吧？

答：公司也是和客户沟通定价的。

59. 问题：公司有给国内的公司供应医药中间体吗？

答：有给国内药企供应中间体，国内凯莱英、普洛、奥赛康等都是我们的客户。

60. 问题：这些管线都是中间体吗？

答：是的，目前公司只能生产中间体。但是已经在科研部门设立了原料药研发组。

61. 问题：中间体的竞争对手有哪些？

答：在医药中间体领域我们起步比较晚，还处于初级阶段，市场上做中间体的公司很多，很难去界定我们的竞争对手是谁。如果是就产品而言，我们的几个主力产品在国内并没有竞争对手。

62. 问题：公司厂区的分布是怎样的？

答：西安这边主要是行政管理、研发、质检，渭南市高新区的子公司占地 130 亩，有部分液晶和 OLED 产品，旁边 83 地是用于原料药工厂的建设，在渭南市下面的蒲城县有个 300 亩地的生产基地，液晶、OLED、医药中间体都在那里生产，VC 项目也在这里。还有最近也公告了，计划在大荔县的一个工业园里购买 380 亩左右的土地。

63. 问题：医药中间体除了 PA0045 以外的重点产品未来放量会有多大的体量？

答：和 PA0045 配套在新剂型上使用的中间体如果明年按计划上市，应该会随着新剂型的量产逐步放量。终端药是治疗子宫肌瘤的那个中间体，今年 9 月终端药已经向 FDA 申请 NDA 的认证了，预计明年可以上市，通过和客户沟通并且查阅相关资料，公司还是很看好这个产品的。

64. 问题：上述两个产品的价格如何？

答：和 PA0045 差不多。

65. 问题：中间体日本客户的占比有多少？

答：医药板块日本客户有 80%左右。

66. 问题：公司的技术体系是偏向日韩的吗？

答：技术是自己的，管理体系是向日本客户学习的。

67. 问题：从技术上来看哪个板块更有难度？

答：OLED 相对比较麻烦，它对纯度的要求很高，金属离子的去除也很麻烦，下来是液晶，最后医药中间体，只要杂质对人体没有伤害，医药中间体是允许有杂质存在的。

68. 问题：液晶业务明年是否会有下行压力？

答：今年液晶的增长是超预期的，预计明年的增长可能是有的，但不会像今年这样，会趋于平稳。

69. 问题：今年利润增长不如收入增长的原因是什么？

答：一方面原因是人民币汇率升值，另一方面是原材料涨价，而产品的价格没有对应的上涨。

70. 问题：海外业务是日元结算还是美元结算？

答：全都是美元结算。

71. 问题：会做套期保值吗？

答：有，但是效果有限。

72. 问题：原材料的涨价会向下传导吗？

答：从 10 月份开始，公司和客户已经就一些受原材料影响比较大的产品一单一议。

73. 问题：研发团队是什么情况？

答：目前研发人员有 300 多人，从工艺流程上看，小试、中试、生产、质检这几个环节都有研发人员在做对应的工作，实验室中根据业务板块成立有不同的研发小组，为了公司能够多元化发展，还成立了项目发展部立足公司技术特点研发其他领域的新产品。

74. 问题：VC 项目 9 个月的建设周期是否足够？

答：这个项目并不是从买地立项开始的，是在子公司厂区内新建车间，相关配套辅助设施可以与厂区共用。

75. 问题：公司 2021 年液晶业务增速高的原因是什么？

答：液晶 1-9 月销售额 5.8 亿元，同比增长 65%，主要是因为疫情引起的“宅经济”对终端显示器材需求的增加，拉动单晶材料的增长。

76. 问题：液晶收入中国内外客户的占比如何？

答：差不多各占一半。

77. 问题：杜邦的氙代材料是给 LG Display 独供吗？

答：公司的蓝光氙代材料是发给杜邦的，据我们了解 LG Display 广州工厂确实有在用，但是不是全部给到 LG Display 我们并不清楚。

78. 问题：LG Display 广州产线的产量如何？

答：LG Display 广州工厂去年下半年开始规模量产出货，从市场信息可以看出，这条线的产量增长还是比较迅速的，但具体产量我们并不清楚。

79. 问题：客户下订单的周期频率是多久？

答：不同的客户不一样，有的客户会在年度提前给下一年的全年预期，然后在季度做预期调整，有的客户是不定期的，临时性变动比较大，还有的客户提前半年给。

80. 问题：PA0045 的专线产能满了吗？

答：还有增长的空间。

81. 问题：专线和通用线之间改造复杂吗？

答：不论 OLED、液晶还是医药，公司的产线基本是可以共用的，会因为一些产品反应步骤不同做一些调整。所谓专线是指这几个反应釜只能生产这个产品，这类专线产品本身的订单量就能满足这些反应釜连续开工。

82. 问题：艾乐替尼中国的销量影响大吗？

答：据公司的了解还是比较大的，罗氏的季报中显示，除去日本，美国，欧洲外的国际市场 21 年三个季度同比去年增长了 47%，在这里特别注释了其中大部分增长来自于中国。

83. 问题：和 PA0045 配套的中间体明后年的预期如何？

答：这个不好说，目前客户正在每个原料药工厂做验证，预计明年下半年会从验证转为正常采购，因为是用在新剂型中，销量的增长要看新剂型替换老剂型的进度。公司对这一块还是比较看好的。

84. 问题：之前公告中提到的治疗子宫肌瘤的药明年可能的销量有多少？

答：这个产品的客户是橘生制药，最新的消息是他们 9 月中旬向 FDA 提交了上市申请，按照正常的审核节奏，我们预计明年可以上市，具体的销量客户也没有给公司具体的预期，但行业内对这个药的评价还是不错的。

85. 问题：一个中间体的收入大概会是什么体量？

答：从几百万到上千万都是有的。

86. 问题：新材料这方面也是按客户的要求来开发的吗？

答：有些是，还有一些是自己研发然后再找客户验证，这种周期比较长。

87. 问题：新材料都是海外客户吗？

答：有国内的也有国外的。

88. 问题：未来还有扩产的计划吗？

答：公司已经公告在大荔计划购买 300 多亩地。

89. 问题：那边计划什么时候开工？

答：这个还不确定，目前还在走招拍挂的程序。

90. 问题：新建一个项目大概需要多久，三年有吗？

答：蒲城这边的项目只用建车间，配套很完善，相对会快一点。在大荔肯定要先建一些办公楼、宿舍楼等一些配套设施，所以会慢一些。

91. 问题：原料药工厂在认证下来之前会做一些医药中间体的业务吗？

答：原料药的 GMP 符合性检查是比较长的，所以很多公司在这段时间会用这些产能做一些非 GMP 的东西比如医药中间体，我们在合规的基础上也会根据需要再定，当然这肯定是建立在不影响我们原料药项目进度的前提下。

92. 问题：总经理是从 204 所出来的吗？

答：是的，刘骞峰先生是一路从研究员做到部门经理、总工程师、总经理的，公司的常务副总王小伟先生也是如此。

93. 问题：东方富海如果减持还需要发公告吗？

答：现在的话是需要的，在其减持到 5% 以下之日起 90 天内再继续减持都需要发公告的。

94. 问题：西安疫情比较严重，对公司有什么影响吗？

答：公司的生产厂区主要在渭南市的高新区和蒲城县的工业园区，员工吃住都在工厂，所以生产经营在子公司这边影响较小。西安这边疫情管控比较严格，部分人员因为小区管控居家办公。

95. 问题：请对公司主要的经营情况及未来的战略规划地位作个简单介绍和梳理？

答：2021 年前三季度整体实现收入 11.33 亿，同比增长 56%，实现净利润 1.68 亿，同比增长 36%，扣非后净利润为 1.52 亿，同比增长 34%。以上就是公司今年一到九月份的整体经营情况。未来公司将依托原有液晶板块业务为基本盘，重点发展 OLED 板块业务，明后年依然看好 OLED 板块业务的增长；预计明年下半年公司 GMP 工厂的基础建设完毕，接着开展几个批次的产品验证，申请药品生产许可证，2023 年开始申请 GMP，待 GMP 认证完成后，医药板块业务预计将会有较大增长；另外在新能源领域，预计明年下半年锂电池电解液添加剂能够实现收入。

96. 问题：公司从液晶、OLED 板块发展到医药 CDMO 板块，从技术角度看是如何打通的？不同业务板块对应的客户拓展是如何开展的？

答：公司最早从液晶板块的 STN 混晶开始发展，但是当时混晶市场比较难突围，后来改做单晶，同时公司在 2002 年左右就开始做 OLED 业务，当时液晶行业的发展是比较快速的，到 2007 年左右，彼时 OLED 板块还未正式商业化，管理层认为整个液晶板块的天花板比较低，而医药的市场空间非常大，对于公司来说，显示材料和医药中间体在技术上都是基于小分子的有机合成，使用的基本方式方法都是可以通用的，反应设备、检测仪器基本是相同的，主要是终端应用领域不同。从客户拓展方面来说，最早基于公司和日本液晶客

户的友好合作和日本良好的商社关系，和 CHUGAI 建立了联系，当时跟进了 20 多个化合物，最终成功存活了一个。医药板块的客户开拓，除了之前提到的和比较熟悉的日本客户保持密切联系，我们也会通过药展、客户拜访等方式去开拓欧美客户，但我们目前的医药板块业务还是集中在医药中间体，欧美的一些客户更希望和我们合作原料药，目前我们 GMP 工厂正在建设。

97. 问题：这几个板块业务都是基于子公司开展的吗？

答：与客户的业务往来主要是和西安瑞联母公司开展的，目前液晶、OLED、医药中间体板块的生产都是由公司的两个子公司渭南海泰和蒲城海泰负责生产，因为大部分设备都是通用的。未来原料药业务是独立由子公司渭南瑞联制药生产。

98. 问题：负责 GMP 工厂的总经理原来是什么背景？

答：是从成都的一家原料药厂招聘过来的，他对体系搭建、GMP 认证等全流程的工作都非常熟悉，经验很丰富，从申报过程到原料药的研发再到生产他都是全程参与的。到公司也有半年多的时间了，目前将原料药板块的整个人员体系也基本建立起来了。

99. 问题：公司目前的项目可能部分是来自于原有的客户资源，那么未来的 GMP 工厂建设好以后，在客户拓展方面，公司是否会招聘一些自带资源的人才进来？

答：公司预计要到 2022 年底完成原料药厂房建设、硬件设施到位及申请药品生产许可证的工作。公司已经在和部分医药客户沟通，在公司申请到 FDA 注册认证后，有客户是愿意将他们自己生产的原料药交给公司生产的；另外，我们也打算招聘一个医药行业的领军人才，但考虑到目前公司 GMP 工厂还没建好，对方现在过来太早，所以公司暂缓招聘，延后到明年开始申请药品生产许可证的时候再启动招聘，招一个经验丰富、拥有国际化战略目光、市场资源广泛的领军人才。所以在客户拓展方面，我们是不太担心的。

100. 问题：原料药潜在订单有多少？

答：目前还没跟客户谈过这个问题，但已经有客户表示愿意给到公司原料药订单，具体的量尚不清楚。这些潜在订单都要等公司 GMP 工厂建成后才能和

客户具体商谈。

101. 问题：日本供应商提供的中间体和公司供应的中间体成本有多大的差别？

答：公司这边不太清楚日本供应商的价格，单从艾乐替尼对应的医药中间体这个产品来说，既然公司能够拿到 80%-90%的份额，并且和客户合作了 8 年多的时间，期间合作顺畅，客户也不断地下放一些新品给公司，说明公司提供的产品价格、质量都是比较好的。

102. 问题：公司医药 CDMO 的研发人员薪酬和同行业相比是怎么样的水平？

答：薪酬水平要结合所在区域来说，在西安地区的话，公司研发人员的工资水平处于市场的中等偏上水平，对于公司研发人员、营销人员以及生产人员，除了薪资年终奖之外，我们每年也单独设立项目考核，除了基本薪资还有项目奖、量产奖等。我们今年也给全公司的科研人员、生产骨干做了一次整体调薪，前段时间公司也开展了股权激励，覆盖公司近 200 名员工。

103. 问题：公司目前的几大医药客户是不是一直不断将项目交给公司？

答：这是肯定的，从公司的医药管线增加的情况就能明显看出来，我们跟他们的粘度是越来越强的。

104. 问题：公司是什么时候开始跟凯莱英合作的？收入贡献是多少？

答：和凯莱英的合作大概有 3 年了，现在收入占比比较小。

105. 问题：凯莱英本身也在做医药中间体，他们是不是在产能紧张的情况下，把一些毛利偏低的业务外包出来？业务外包的趋势明显吗？

答：不仅仅只是因为产能紧张的原因，不同的企业有他擅长的反应类型，根据产品的反应步骤和类型将部分业务外包是很正常的情况，大多数企业都有外放的情况。

106. 问题：很多公司都是从偏化工类企业转型到医药企业，公司从电子板块发展到医药板块，有什么优势吗？



答：其实可以把我们公司视作一个精细化工企业，我们的优势就在于小分子的有机合成，合成方案设计、合成工艺、纯化技术、痕量分析、量产体系五大方面的十二项专有技术体系，以及持续高效的研发能力和对客户要求的快速响应能力等。另一方面，液晶、OLED 材料的杂质控制要比医药中间体严格的多，纯度要求在小数点后 4 个 9，医药这边只要通过验证，是允许含有一定杂质的，从这方面看我们在质量控制上也是很有优势的。

107. 问题：医药中间体合成对于公司来说不存在技术难度，但是跨越到原料药领域存在的难度相对来说是更大的？

答：没错，我们切入到医药中间体是有优势的，但是原料药业务上还需要积累经验，好在我们目前已经建立了人员体系和质量控制体系，也组建了非常优秀的医药 BD 团队。明年下半年也要开展几个生产批次的验证，用于申请药品生产许可证，都是积累经验的过程，相信未来也能将原料药业务做大做强。

108. 问题：未来其他几个板块的业务收入增长情况是怎么样的？

答：液晶的国产化率已经很高了，国内厂商的市场额也已经很高了，随着疫情逐渐好转，市场对液晶面板的需求会慢慢回落，未来的增长速度不会像今年这么高了，增速应该会比较稳定；OLED 板块的业务我们是比较看好的，市场数据显示 OLED 在小尺寸的渗透率已经在 50%以上，但是在在大尺寸电视机的渗透率很低，去年 OLED 电视的全球出货量是 300 多万台，今年大概是 600-700 万台左右，明年可能在 1000 万台左右，但是全球电视机的出货量是 2.5-2.7 亿台，OLED 电视的占比很低，这之后的空间还是很大的；医药板块我们预计还是能够继续保持增长。

109. 问题：那么未来收入和利润的增速是否能匹配？

答：基本上差不多。今年收入和利润不匹配的原因主要是由于人民币对美元持续升值和上游原材料不断涨价，未来在汇率和原材料价格稳定的基础上，随着毛利更高的 OLED 和医药收入占比的增长，利润的增速和收入是能够匹配的。

110. 问题：远期来看，未来这几个板块业务的收入占比规划是怎么样的？

答：公司的远期战略规划中，OLED 和医药板块的收入占比肯定是不断提升的，未来 OLED 收入肯定是会超过液晶。

111. 问题：氙代材料未来是否会有降价压力？

答：这个不好说，如果未来继续放量适当降价公司也是可以接受的，而且产品稳定后会通过工艺优化降低成本，规模效应也会更加显著。

112. 问题：给出光成都产线配套的 OLED 材料销量如何？

答：由于疫情的原因，出光成都厂的建成时间比预期晚了 1 年多，目前他们还是在做产线验证和客户审计，所以公司还没有开始大量供货，预计明年应该会缓慢爬坡。

113. 问题：对应治疗子宫肌瘤的中间体是独供吗？

答：这个是公司从临床试验开始供应的，目前是独供，未来上市后按照惯例会引入二供，二供可能会滞后几年，类似 PA0045，上市后公司也是独供了好几年才引入二供的。

114. 问题：对应治疗子宫肌瘤的中间体产线设计的产能是多少？

答：公司的产线是通用的，不同产品之间切换只需要做小的改动就可以。目前这个中间体销量还不足以设计专线，如果这个中间体未来的销量能达到一定规模会考虑专线生产。

115. 问题：投资锂电材料的优势及未来规划？

答：公司本身属于精细化工企业，主要的技术是小分子有机合成，这和锂电池材料技术是相通的，而且之前也有一定的技术储备，整体看来，公司有多年液晶、OLED、医药中间体的生产经验，在合成、质控方面都是比锂电池添加剂材料的要求更严格的。公司将自己做的材料和市场上同类产品比较后性能基本一致，最终的验证要等量产后给客户送样后才能确认。考虑到这是一个未来前景比较好的新赛道，把它做为一个战略考量。

116. 问题：PI 单体的客户是国内还是国外的？

答：目前主要是国外客户，也在向国内客户推广。

117. 问题：医药研发人员的发展计划是怎样的？

答：目前医药研发团队有 50 人左右，一部分负责医药中间体研发，一部分负责原料药研发，在这方面的招聘西安确实不如一线城市，但公司还是会不断扩充研发团队，计划医药研发团队未来要扩充到 100 人。

118. 问题：公司在液晶客户中的占比如何？

答：液晶客户里国外的 JNC 占比多一些，默克占比少一点，国内的三家大的混晶商，公司都是其核心供应商。

119. 问题：VC 项目的投产时间和验证周期如何？

答：公告披露的建设周期是 9 个月，公司内部会尽量加快建设进度，验证周期不好说，但我们会尽量和客户沟通。

120. 问题：公司未来战略的重点在哪里，管理层和研发人员有哪些激励措施？

答：公司还是坚持“π 战略”，以液晶单体作为基本盘，大力发展 OLED 升华前材料和医药 CDMO 业务，同时依托于小分子有机合成技术开发一些电子化学品、新能源材料等业务。对员工的激励除了日常的项目奖、年终奖外，已经开始做股权激励了，今年的激励计划覆盖了将近 200 人。

121. 问题：目前 OLED 和液晶板块在手的订单情况是怎么样的？未来的订单展望是怎么样的？

答：显示材料的在手订单目前是比较饱和的，产能利用率在 90%以上。今年液晶板块的增速是超预期的，一个重要原因是因为疫情导致的“宅经济”对相关终端产品的需求大涨，预计明年的增长会回归平稳，明年液晶材料的增长可能主要源于终端消费对大尺寸面板的需求增加；其次，公司是国内主要三家混晶厂商的核心供应商，随着国产替代化进程，国内面板商逐渐增加采购量，也会拉动国内液晶业务的增长。明年依然看好 OLED 板块的发展，OLED 在手机的渗透率在 50%以上，在大尺寸电视机的渗透率还是很低的，根据第三方市场数据的预测显示，LG Display 电视机明年的出货量增速是比较乐观的。

122. 问题：液晶面板价格在三季度开始下降得比较快速，国内主流的面板厂商也在去库存，现在这个时点客户对于我们涨价的接受度如何？

答：面板的成本中，显示材料只占比 5%左右，所以面板降价对于混晶会有一些影响，但没有我们想象得那么大。

123. 问题：单从技术角度来说，液晶技术还存在迭代的空间吗？

答：液晶技术已经是比较稳定了，突破空间较小，主要是优化响应速度等微小的技术革新，例如 17 毫秒到 14 毫秒的优化，将 14 毫秒响应速度应用到大尺寸屏幕上等。

124. 问题：OLED 板块公司会往下游走吗？

答：不会，我们只做升华前材料。

125. 问题：资产收益率在多少以下公司会采用外包的形式？

答：外包主要考虑的是产品的工艺、技术以及供应商的资质，如果是核心产品的话，就算利润低一些我们也会做。

126. 问题：近年来精细化工行业处于扩张的状态，从人才梯队建设角度来说，公司的规划是怎么样的？人力成本是不是也相应增加了？

答：人力成本增加是肯定的，今年我们给骨干员工做了调薪，整体的薪资水平在西安地区处于中上水平。关于液晶和 OLED 这两个板块业务公司处于业内领先地位，我们有很优秀的研发团队、强大的生产能力和质控体系以及良好的客户关系。医药 CDMO 行业我们是后来者和追赶者，GMP 工厂也正在建设，需要大量招揽专业人才，积蓄能量、积累经验，加大力度扩张医药板块市场。

127. 问题：折叠屏是全新的工艺还是新开发的材料？

答：折叠屏是 OLED 的工艺，折叠屏实现了手机和平板二合一的功能，相当于一个产品升级。

128. 问题：目前重水循环套用的情况如何？

答：目前有一部分是可以循环套用的，有些需要找回收厂回收处理才能再用的，但需要积攒到一定吨数重水后才能进行回收处理。

129. 问题：公司上 VC、FEC 项目的产线体量不算大，从体量来看未来如果打价格战的话，是不是在成本上存在一定劣势？

答：不见得，公司内部做了分析，VC、FEC 不是体量大了成本就下降了，生产 VC 和 FEC 的原材料 CEC 的成本也很关键，我们也是有考量和准备的，不认为公司将来从成本这块会有劣势，起码和其他厂商是站在同一水平上。