

证券代码：002803

证券简称：吉宏股份

厦门吉宏科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：20200207

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	天风证券轻工团队：范张翔、刘斐然 招商轻工：郑恺、吴昊 东北证券：唐凯、郭梦婕
时间	2020年2月5日/2月6日/2月7日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长：庄浩 投资总监：吕诗雅
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司投资总监对公司主要业务及新型冠状病毒肺炎疫情对公司的影响情况作了简要介绍，并就投资者关注的问题作了解答，现就主要问题及回复情况说明如下：</p> <p>一、请介绍一下公司的业务布局及发展方向。</p> <p>公司前身是1996年设立、从事创意设计广告策划的厦门市正奇信息技术有限公司，2003年成立厦门吉宏科技股份有限公司主营包装，凭借创新设计优势，迅速成长为快消品包装行业佼佼者。经过多年发展，公司于2016年7月在深交所上市，并自2017年起通过自建团队设立公司--厦门市吉客印电子商务有限公司及收购北京龙域之星科技股份有限公司股份等方式，切入基于大数据的互联网精准营销及精准营销延伸的</p>

跨境电商业务，加强开拓产能布局的同时加速传统业务与互联网业务协同发展，并已逐步发展成为品牌及用户提供线上+线下营销策划方案综合解决方案的服务商。

二、新型冠状病毒肺炎疫情（以下简称“疫情”）对公司各项业务开展是否有影响？公司的应对方案有哪些？

新型冠状病毒肺炎疫情突发，鉴于公司在节前已采取相对充分应对措施，传统包装业务受疫情影响有限，且疫情导致大部分人久居家中，公司互联网用户、在线数据及自营 APP 下载量增幅明显。具体情况如下：

（一）包装业务

公司包装事业部共有 10 个生产基地，主要生产民生保障产品，节前公司已储备 4 周左右库存及 20 天口罩用量以满足生产订单需要。春节期间部分员工坚守岗位，为保障民生物品供应而持续加班加点生产，除了黄冈和孝感两个工厂因处于疫区应政府要求停工并等待复工指令外，其他包装工厂均于近日正常复工。疫情期间，公司免费给员工发放口罩，每天定时对全厂进行消毒，测量员工体温，积极应对疫情，保持高度戒备状态，切实保证防控措施到位。公司包装业务受疫情影响较小。

（二）互联网业务

1、To B 端：公司互联网精准营销目前主要由子公司北京龙域之星科技有限公司及北京金域互动科技有限公司承载，春节长假对移动端精准效果广告投放比较有利，公司已在节前做好相应部署，手游、小说、短视频、阅读类等 APP 保持 7 天 24 小时不间断投放，并安排线上优化人员实时关注投放数据、提供各大平台流量资源，同时根据实际情况增加远程办公类 APP 的投放，公司互联网用户、在线数据及自营 APP（如菲利刹车、夜游记等小游戏）在春节期间下载量和使用量都呈上升趋势。

2、海外 To C 端：通过精准营销方式实现商品销售，公司吸取往年春节期间产品流转会受到物流影响的经验，在节前预先储备四周货物至海外仓，商品目前可以满足销售需求，同时公司也在为下一步做准备，因无法准确判断疫情持续时间及对国内快递恢复的影响程度，公司拟根据国内物流及货运情况调整选品范围、供应商半径等方法应对快递无法及时恢复可能带来的影响。因境外无春节假期，公司 To C 团队春节期间均采用轮班制，客服人员每天在岗。

三、公司跨境电商业务库存占比低，跟一般电商平台不一样的地方在哪里？跨境电商为何采取货到付款方式？

1、公司与其他通过第三方国际平台公司如 ebay、亚马逊进行销售的电商企业不一样，上述电商企业备货库存大。而公司严格量化控制库存，以自建产品单页广告形式，通过社交网站用户数据精准营销匹配推广，客户下单后公司才会要求供应商发货到深圳仓库验货后出关，大部分库存并不在公司，因此库存占比远低于一般的电商平台。

2、境外地区目前尚未有一套完善的类似于支付宝的应用体系，用以解决客户在支付方面的信任问题，如采用线上付款方式有可能会降低产品的购买率。公司基于智能选品及精准定位的营销方式采用货到付款，可以有效提升产品的下单率和成单率。

四、公司海外营销方式有哪些，网红营销方式对公司影响有多大？

公司海外营销地区上网费用普遍比国内高，网速也没有国内快，为此公司海外营销较多采用软文、图片及短视频相结合的方式。网红直播系目前国内较为火爆的营销模式，但需理性定位，公司仅视其为销售商品、推广 APP 和游戏的营销渠道之

一。

五、请谈谈公司介入区块链业务的契机及未来布局。

公司的业务并不复杂，包装和互联网业务均以精准营销为驱动，以 IT 数据和区块链技术为支撑。公司源于为包装客户解决产品促销活动时出现的二维码假冒问题步入区块链领域，并在逐步深入了解区块链的基础上拓展区块链技术可应用的产品及服务。

公司近期参股深圳众享互联科技有限公司，其基于区块链技术已取得多项发明专利和软件著作权，拥有专利数量全国排名第四，众享互联将以专利技术授权/许可等方式为公司提供其所拥有知识产权的技术成果，助力公司现有业务发展，并为未来区块链业务的拓展、运营管理、落地实施及实现技术创新提供指导。

六、公司快消品包装上的二维码成为流量来源，去年年底国家出台新的限塑令是否对传统包装业务有促进作用？

公司依托原有快消品包装客户展示包装产品提供线下流量入口，为互联网客户提供宣传、引流及流量变现服务，在降低 SSP 流量接入成本的同时，也可为快消品包装客户提供新型促销方式等增值服务，全新的二维码营销模式成为公司独特的竞争优势。

基于国外限塑令的推行及国内可能实行相关政策的考虑，公司提前布局食品级包装领域，2018 年收购具有 QSR 生产资质的安徽吉宏环保纸品有限公司并启动再融资项目，2019 年通过非公开发行股票成功募集资金约 5 亿元，用于拓展提升公司环保包装产能。公司供应链端已提前做好布局，2019 年公司 2B 端客户累计使用二维码超过 9 亿个，截至 2020 年 1 月底公司已获得 10 亿个二维码订单。随着国内限塑令的逐步推

	<p>进，未来食品级环保包装有望成为公司包装和互联网业务的增长点。</p> <p>七、公司年前发布股份回购进展公告，年底股价表现良好，回购了六百万之后，股价已超过回购价格上限 29 块，后续有没有计划和安排？</p> <p>公司董事会及管理层将视资本市场走势、公司股价及资金安排等情况实施股份回购事项并及时履行信息披露义务，请持续关注公司相关公告。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2020 年 2 月 7 日