

中国巨石 2019 年 8 月机构投资者调研记录

调研时间：2019 年 8 月 26 日 半年度现场业绩说明会

调研机构：华夏基金、东证资管、南方基金、嘉实基金、博时基金、富国基金、汇添富基金、长江证券、广发证券、华泰证券、国泰君安证券、睿远基金、中金公司、东北证券、中泰证券、天风证券、汇丰晋信基金、泓德基金、国投瑞银基金、华泰柏瑞基金、诺安基金、中信证券、德邦基金、凯丰投资、高毅资产、国华人寿、太平洋资产、信泰人寿、星石投资、拾贝投资、光大证券、安信证券等（以报名时间为序）

重点问题及答复

1、对于玻纤行业未来几年供需情况以及下游需求的展望？

答复：2019 年上半年行业在 2012 年以来连续的高速、高质增长之后出现“马车型”回落，受 2018 年产能集中增加的影响，供需矛盾显现，产大于销；价格连续下滑，回落明显。主要原因：（1）行业周期性的产能过剩，与上一个周期（2008 年）不同，一方面企业已从上个周期的力求生存过渡到这个阶段的优势巩固，另一方面目前行业内低端产能过剩的情况仍然比较严重。（2）全球性经济下行压力加大，其中受影响最明显的就是汽车工业。

短期看，公司预计 2019 年产品价格将在目前水平上维持震荡波动，高端产品价格相对稳定，低端产品价格竞争仍会加剧；供需情况略有改善，行业内企业经营业绩分化明显，龙头优势更加凸显。长期看，公司仍坚定地看好玻纤行业未来的发展前景。

2、公司目前的主营业务是玻璃纤维，未来是否有考虑涉足其他领域？

答复：从中国巨石的角度来看，未来五年的战略规划是十分清晰的，就是国际化和智能化。

在如今贸易保护主义抬头的大背景下，北美、欧盟、亚洲甚至中国等几大玻纤重点市场的贸易往来都有摩擦。近几年，中国巨石通过全球化布局建厂，很好的规避了贸易摩擦带来的影响，市场效益可观。下一阶段，公司在国际化上的目标是力争实现海外投资占比达到 30%，海外销售收入占比达到 30%。

智能化方面，未来几年公司希望通过智能制造进一步拉开与竞争对手的差距。目前智能制造基地一期已经投产的生产线人均产量已达到全行业最高水平，开机率处于行业绝对领先水平，生产效率大幅提升。

3、公司近几年发展获得了很好的效益，与竞争对手相比，公司在管理团队、研发体系、体制机制上有什么独特之处？

答复：从 1993 年巨石玻璃纤维有限公司成立至今，通过前瞻性的战略引领，公司在每一个重大的关键节点上走得都很稳健。1993 年建设国内第一个池窑，1995

年进行产业链延伸，1998年联合央企实施混改，1999年实现上市，2008年达到规模最大，2010年开始产品结构调整、配方调整，2012年推动国际化布局，2017年发力智能制造。经过几十年的发展，公司形成了一整套独特的核心价值体系和企业文化，不断激励着全体巨石人奋勇拼搏。

4、公司美国项目前期投入较大，从上半年的运行情况看是亏损的，未来是否有持续亏损的可能？

答复：美国项目对于公司整体发展具有十分重要的战略意义。玻纤发源于美国，经过几十年的发展，美国玻纤工业形成了专业化水平高、市场领域广、资源种类丰富的特点。选择在美国建厂，符合公司工厂前移、研发前移、人才前引、贴近市场的原则，是公司实施“布局国际化、市场全球化”战略的关键一步。从点火以后的运行情况来看，目前一切正常。项目最大的挑战在于员工的工作素质、工作效率的提升。公司决定要在美国建厂，已经证明了对自身的能力和实力有足够的信心，对各种可能的困难也做了充分准备，请再给美国项目一点时间和耐心。