

证券代码：688087

证券简称：英科再生

编号：2024-002

## 英科再生资源股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 一对一沟通
时间	2024年5月6日 11:00-12:00
地点	上海证券交易所上证路演中心（网址： <a href="http://roadshow.sseinfo.com/">http://roadshow.sseinfo.com/</a> ）
接待人员	董事、总经理 金喆女士 独立董事 黄业德先生 保荐代表人 付海光先生 财务负责人 李寒铭女士 董事会秘书 徐纹纹女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司 2023 年度业绩情况介绍</p> <p>英科再生是一家资源循环再生利用的高科技制造商，从事可再生资源的回收、再生、利用业务，公司创新的打通了塑料循环再利用的全产业链，是将塑料回收再生与时尚消费品运用完美嫁接的独创企业。</p> <p>2023 年度，公司实现营业收入 24.55 亿元，创历史新高，同比增长 19.41%，其中，越南基地市场销售情况良好，实现营业收入 1.42 亿元，同比增长 411.25%。公司经营活动产生的现金流量净额为 2.92 亿元，同比增长 90.06%。</p>

## 二、主要问题汇总

### 1、请问公司 2023 年业绩表现情况？24 年 Q1 有增长吗？

答：尊敬的投资者，您好！2023 年，公司实现营业收入 245,507.70 万元，创历史新高，较上年同期增长 19.41%；实现归属于上市公司股东的净利润 19,565.37 万元；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 19,020.50 万元。

2024 年一季度，得益于公司深耕构筑的全产业链、全球化的竞争优势，实现营业收入 63,313.84 万元，同比增长 22.54%；实现归属于上市公司股东的净利润 7,230.41 万元，同比增长 519.30%，环比增长 81.29%。

### 2、公司业绩转好主要是销售有突破还是产能跟上了？

答：尊敬的投资者，您好！公司 2024 年一季度业绩尤其是净利润实现 7,230.41 万元，大幅同比增长 519.30%。主要得益于：一是公司基于全球营销渠道优势，营业收入同比继续保持 20%以上的稳健增长态势；二是公司该季度整体毛利率提升至 26.53%，较去年同期增加 3.21 个百分点；三是海外生产基地赋能，越南清化（一期）项目产能利用率提升，为整体业绩注入新引擎。

综上所述，公司业绩趋势向好是营销渠道、新产能释放等多种因素共同推

动。

### 3、2023 年各板块收入占比是怎样的，24 年该格局是否会发生变化？

答：尊敬的投资者，您好！2023 年主营业务收入中，成品框约占比 43%，装饰建材收入占比 28%，再生粒子收入占比 16%，PET 产品占比 11%。2024 年一季度四大主营产品收入格局未发生重大变化，其中装饰建材收入增速最大。

### 4、公司的 PET 回收再生项目具体是什么？

答：尊敬的投资者，您好！公司在马来西亚“5 万吨/年 PET 回收再生项目”，产品可以分为食品级再生粒子、纤维级再生粒子及片材三类。其中，食品级再生 PET 粒子，目前得益于欧盟法规强制性添加、大品牌商承诺使用等因素，市场售价高于原生 PET 粒子，呈现价格倒挂现象。2023 年，公司经营团队重点有序推进瓶砖回收体系搭建、生产制造工艺精益求精、全球营销渠道铺设等工作，相关产品以北美、欧洲销售为主，2023 年实现营收 26,070.57 万元，较上年同期增长 227.48%，产品毛利率逐季改善。

### 5、主营业务中，再生粒子截至 2023 年，实现营收 3.92 亿元，同比+8.20%，毛利

**率 6.36%，同比下降 5.58pct。请问，截至目前，再生粒子市场需求是否恢复？毛利率情况如何？**

答：尊敬的投资者，您好！再生粒子受大宗市场需求放缓等因素影响，2023 年度再生粒子盈利能力阶段性承压。

2024 年一季度，公司对于再生粒子业务版块，从市场营销策略、内部强净利考核机制、研发创新提升产品附加值等多重举措，提升该主营产品盈利能力，相较于 2023 年已处于逐步恢复中。

**6、2023 年，伴随着境外销售收入占比较高。实现营业收入 1.42 亿元，同比增长 411.25%，海外是否受到全球地缘政治、经济下行、汇率震荡等综合因素影响？**

**公司如何应对不利因素影响？**

答：尊敬的投资者，您好！公司产品深耕全球直销渠道，凭借全球化营销网络、高质量的服务、快速响应的交付能力，持续构筑起强劲的渠道壁垒。2023 年，公司实现营业收入 245,507.70 万元，创历史新高，较上年同期增长 19.41%。

针对汇率波动可能产生的风险，公司将进一步完善汇率风险预警及管理机制，合理优化外币资产负债结构，适当运用远期结售汇等工具，确保风险在可控

范围之内。未来，公司将继续探索再生塑料高值化利用方向，实现自身商业模式可持续盈利性，打造核心护城河优势。

**7、近三年随着公司营收、资产规模等增大，公司负债也有所提高，截至 2023 年一季度，负债率达 48.65%。请问，1、造成负债率高企的原因？2、下一步，如何化解高负债带来的资金运营风险？**

答：尊敬的投资者，您好！公司目前处于项目投资阶段，企业资产负债率有所增长，但仍处于行业发展平均水平。目前公司现金流良好，企业目前的负债水平不会对公司的运营产生较大风险。

**8、截至 2024 一季度，公司存货提升的 3.253 亿，造成存货提高的原因，是否有资产减值损失？公司下一步如何保持合理的存货水平？**

答：尊敬的投资者，您好！2024 年一季度存货余额 3.253 亿，对比去年同期仅增长 2000 万左右，并没有较大的增长；公司根据会计规则对存货计提资产减值损失。目前存货变动水平不大，存货占比和存货周转率处于合理水平。

**9、现在再生粒子价格倒挂，随着行业发展，等到价格一致会不会我们就没钱赚**

了？

答：尊敬的投资者，您好！公司主营产品中所列示的再生粒子是除食品级 PET 再生粒子以外的，其他塑料品种的高品质再生粒子，这部分产品相较于新材料，长期保持一定的价格成本优势。

2024 年，公司对于再生粒子业务版块，重点将从市场营销策略、内部强净利考核机制、研发创新提升产品附加值等多重举措，确保上述产品的盈利能力。

**10、主营业务中，r-PET：23 年实现营收 2.61 亿元（同比+227.48%），毛利率暂维持较低水平，全年毛利率仅为 2.68%。请问 1、毛利率低的原因是什么造成的？**

**2、截至目前，r-PET 毛利率是否有所改善？**

答：尊敬的投资者，您好！2023 年，公司经营团队重点有序推进 r-PET 项目的瓶砖回收体系搭建、生产制造工艺精益求精、全球营销渠道铺设等工作，相关产品以北美、欧洲销售为主，2023 年实现营收 26,070.57 万元，较上年同期增长 227.48%，因该项目处于产能爬坡阶段，毛利率暂未达到稳态水平。下一阶段伴随公司产线优化升级，产能利用率将得到进一步提升，成本得到进一步控制，产品

的盈利能力将逐步显现。

#### **11、公司在回报投资者方面有什么举措？**

答：尊敬的投资者，您好！公司高度重视与股东共享企业发展成果，致力于构建长期、稳定的股东关系，重视回应投资者诉求。公司在《公司章程》中明确现金分红条件并严格执行，充分考虑发展阶段、盈利规模和现金流量状况等因素，在平衡短期利益和长远发展的基础上，实行连续、稳定的利润分配政策。

上市3年来，预计现金分红金额8,210.64万元，其中，2023年度利润分配方案：每股派发现金红利0.15元，截至2023年12月31日，公司总股本为187,769,250股，以此计算合计拟派发现金红利28,165,387.50元，本方案尚需提交公司2023年年度股东大会审议。

#### **12、请介绍下目前公司产能和在建产能？**

答：尊敬的投资者，您好！公司是一家资源循环再生利用的高科技制造商，从事可再生资源的回收、再生、利用业务。公司创新地打通了塑料循环再利用的全产业链，是将塑料回收再生与时尚消费品运用完美嫁接的独创企业。公司目前

产能和在建产能均围绕主营业务开展。

公司目前产能和在建产能，可详见公司《2023 年度报告》之“五、报告期内主要经营情况”和财务附注之“在建工程情况”。

**13、你好，目前全球房地产下行，公司的框类产品会受到多少大的影响？**

答：尊敬的投资者，您好！2023 年以及 2024 年一季度，公司环保成品框领域，始终围绕面向下游客户提供一站式、多元化产品整体解决方案，不断加强新产品开发，积极推动产品形态、消费场景、营销区域多元化发展，继续保持稳健增长态势。其中，2023 年成品框实现营收 105,504 万元，毛利率 34.05%。

未来，成品框业务中，公司将进一步提升终端零售客户渠道占比，直接接触终端消费市场，真正做到以用户为中心，创造价值并用心服务好用户。凭借全球化营销网络、高质量的服务、快速响应的交付能力，持续构筑起强劲的渠道壁垒。