

科达制造股份有限公司
投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（线上）
时间	2025 年 1 月
接待对象	国金证券、招商证券、中信证券、光大证券、国联基金、国投瑞银基金、信达澳亚基金、南方基金、交银基金
地点	线下（科达制造总部大楼）
上市公司接待人员	全体董事、监事、高级管理人员、证券事务代表
投资者关系活动主要内容记录	<p>一、问答</p> <p>1、陶瓷机械业务 2024 年业绩以及整体订单景气度怎么样？都包含什么产品？</p> <p>回复：2024 年，受益于全球化布局加速、本土化服务深化及产品迭代创新推进，公司陶瓷机械业务在全球经济放缓、陶瓷行业整体市场显著下滑的情况下，逆势实现海外收入持续增长、整体业绩稳步提升，国内乃至全球市场份额保持稳步提升；同期，陶瓷机械的接单亦实现较好成绩，较上年实现增长。除了陶瓷机械设备端，陶瓷机械业务还涵盖陶瓷机械通用化产品、配件耗材产品等。</p> <p>2、陶瓷机械业务净利率情况如何？</p> <p>回复：近年来，陶瓷机械的净利润率整体稳定在较好水平。其中，受海外部分高端订单推广让利等影响，陶瓷机械海外订单利润率有所降低，但仍比国内订单要高。</p> <p>在内部方面，近年来公司通过内部组织变革、软硬件设施投入与改造，比如大力开展精益管理、对生产基地进行工艺改造、信息化升级等，整体运营效率和生产成本进一步优化。同时，在外部方面，陶瓷机械海外乃至高端市场订单占比的提升及配件耗材业务的增长，对整体净利率的提升带来了积极作用。</p> <p>3、陶瓷机械业务在海外主要涉及哪些国家及地区？</p>

回复：公司陶瓷机械主要销往东南亚、南亚及中东等新兴或发展中国家及地区，且在 2024 年实现了部分高端市场的订单突破。目前，公司已通过收购意大利陶机企业唯高、模具企业 F.D.S. Ettmar，融合意式制造不断完善产品线及生产力，并通过整合各方客户资源，持续加强欧美、北非等区域业务拓展及本土化布局。

4、陶瓷机械国内订单主要是单机设备还是整线？

回复：从 2024 年前三季度的陶瓷机械订单来看，国内下游陶瓷客户产线升级改造的单机设备需求占比提升；同时，下游陶瓷客户新建产线仍会存在一定的需求。

5、陶瓷机械配件耗材及通用化业绩情况怎么样？

回复：2024 年前三季度，公司配件耗材业务均实现较好增长，整体维持较好的利润水平，相比陶机设备端利润率高。同时，2024 年前三季度，公司陶机通用化亦实现较好发展，其中主要的铝型材挤压机产品已涉及汽车轮毂、光伏边框、铝合金建筑型材等领域。

6、陶瓷机械耗材业务的经营情况怎么样？

回复：2024 年前三季度，公司耗材业务实现较好增长。鉴于运费等因素对耗材业务扩张半径会有一定限制，公司计划推进部分耗材品类海外本土化生产。目前，公司正在土耳其建设生产基地，规划了部分耗材产品的生产制造，并于近期成立巴西子公司，以进一步扩大耗材业务的海外服务半径。另外在国内耗材市场，公司会通过参股公司国瓷康立泰分享其带来的投资收益。此外，未来公司也将根据市场情况调整耗材产品结构、扩充产品品类，助推耗材业务可持续发展。

7、公司陶瓷机械 2025 年是怎么规划的？

回复：针对国内市场需求，近两年全国陶瓷砖产量有所下滑，下游投资需求疲软，相较往年高峰时期已有大幅下降，但中国依然是全球规模最大的瓷砖市场，同时国家也出台了一系列政策、措施，去提振陶瓷及相关行业。此外，随着陶机行业竞争愈发激烈，行业集中度、头部聚集效应或将进一步提升，作为国内陶机龙头企业，公司将努力实现国内陶机市场份额的提升，并兼顾陶机业务毛利率的优化。

针对海外市场，在区域拓张方面，公司会将更多发展重心及配套资源集中在海外业务的拓展。目前公司陶机产品在产品质量及性能等方面，已与意大利竞争对手产品差距不大，甚至在部分领域优于竞争对手。在成本方面，中国在产业配

套、原材料采购等方面具有较大优势，比如钢材等原材料要低于欧洲，因此公司陶机产品性价比较高。此外，据观察，全球陶瓷产区的设备端正密集步入一个更新换代的阶段，尤其是在当前全球经济低迷且生产成本高企的背景下，催生了一定的技改等需求。与此同时，“质量优异、成本低廉”的中国陶瓷生产模式也正逐渐风靡全球，为公司陶机设备业务带来了潜在机会。

在产品输出方面，公司将为陶机整线设备与配件耗材业务的输出做更多功夫。公司是全球范围内为数不多能够提供陶瓷整厂整线装备及服务的企业，拥有“科达（KEDA）”、“力泰（HLT&DLT）”、意大利品牌“唯高（ICF&Welko）”等知名品牌。从原料制备、压制成型、烧成到后续的拣选包装、智能仓储，从单一产品品牌、整线局部品牌到整线品牌矩阵，公司将持续在全世界范围内加大科达制造陶机品牌的展现。同时，公司亦通过全球销售网络来推进配件耗材与陶机的协同发展，进一步推进全方位陶瓷生产服务商定位。从全球市场来看，配件耗材市场规模较陶机更为广阔，而公司配件耗材业务在全球市场的市占率还有很大的上升空间。此外，公司亦将通过压机、窑炉等陶瓷机械核心设备通用化领域的延伸，持续为业务贡献增量。

8、子公司德力泰和蒙娜丽莎等单位在减碳领域的产线合作是否代表着行业的低碳发展方向？

回复：由子公司德力泰联合蒙娜丽莎、佛山仙湖实验室等单位共同打造的全球首条陶瓷工业氨氢零碳燃烧技术示范量产线于2024年下半年正式投产，为行业提供了一个可复制的零碳陶瓷制造解决方案，对于加速推动产业绿色低碳转型发展具有重大意义，但目前生产成本较高。后续，公司将持续研发或完善氨氢零碳燃烧技术等绿色化解决方案，提高社会效益和经济效益，同时亦积极将氨氢零碳燃烧技术等绿色解决方案推广到更广泛的领域，未来有望为公司业务发展贡献新的增量。

9、陶瓷行业竞争激烈，陶瓷机械业务应收账款情况怎么样？

回复：总体来看，自上市以来，公司陶瓷机械业务的坏账率始终保持在一个较低的水准。近年来，随着公司陶瓷机械业务规模的扩大以及配件耗材业务的拓展，加之当前市场环境的不利影响，应收账款风险虽有上升，但仍处于可控状态。

具体来看，在海外市场，其应收账款风险较小，公司正利用信用证等工具来降低海外应收账款风险。在国内市场，应收账款风险较以往有抬升的态势，公司已通过成立风控团队等措施来管控和规避应收账款风险。同时，在业务承接环节，

公司会对客户经营情况、资金实力等方面进行风险评估，有选择性地开展业务。其次，得益于陶机的销售模式，公司在发货前就已取得大部分款项，剩余的应收账款风险可控。另外针对存量应收账款，公司的客户较为分散，同时单一客户应收账款规模较小。

10、汇率对陶瓷机械海外业务影响大吗？2024 年公司汇兑损失情况预计是怎样的？未来有什么应对措施？

回复：陶瓷机械海外业务主要以美元结算，同时亦通过做一些金融衍生品对冲，比如套期保值业务，因此汇率对陶瓷机械海外业务影响相对有限。公司前三季度汇兑损失合计超 2 亿元，主要是海外建材板块负债端受非洲部分国家货币贬值及欧元相对美元升值等因素影响。而在经营端，海外建材除了保留一部分日常运营所需的本地货币外，会及时将其余本地货币换成美元或欧元，因此该部分影响相对较小。然而，进入 2024 年第四季度，美元兑欧元及部分非洲货币实现了一定程度的升值，预计全年汇兑损益对业绩影响的规模较第三季度显著减少。

针对海外建材负债端，鉴于当前仍处于多项目投建、快速拓展市场的阶段，外币贷款规模短期内仍将维持。后续，公司一方面会在完成相关品类及产能规划后，控制整体外币贷款规模，积极清理货币项目敞口；同时亦将寻求调整借款结构，同时关注汇率波动、终端产品价格水平，及时、动态调整产品价格，降低汇率波动产生的影响。

11、请介绍一下海外建材 2024 年业绩情况。

回复：2024 年，受益于新增产能的释放，海外建材瓷砖产销量稳定增长，但因上半年市场竞争加剧、下半年全新品类玻璃项目投产而运营期尚短，以及海外建材业务总部管理架构搭建导致费用提升等原因，海外建材业务整体盈利能力较上年有所减弱。

12、请介绍一下海外建材 2024 年费用情况。

回复：公司 2024 年海外建材费用上升较高，主要有以下原因：第一，部分建材项目由于正在建设期，并未在当期业绩端产生贡献，营收及费用的变化有一定错配。其次，近年来海外人才竞争加剧，海外建材新增项目及全球市场拓展对相关人才需求的增加，加之海外建材业务二级总部的建立，使得海外中方管理人员的数量、薪酬均有所增长；同时合资公司亦加大了各业务板块包括海外建材的信息化建设投入，使得管理费用有所增长。后续随着海外建材业务板块人员架构及业务规模稳定，费用预计会逐渐平稳。

13、合资公司整合渠道等资源的进展如何？

回复：目前，海外建材二级总部的搭建已接近尾声。同时，相关渠道及商标正在整合，其余部分未来亦将按相关规划注入合资公司。

14、海外建材瓷砖产品 2024 年整体价格怎么样？

回复：2024 年上半年，海外建材瓷砖产品整体价格比较低。自年中起，瓷砖产品在各销售区域已陆续提价，提价比例根据当地市场情况、竞争策略、当地汇率情况及不同产品规格有所差异，其中在肯尼亚等毛利率较低的地区提价幅度较大。从第四季度来看，瓷砖产品价格整体较为稳定。

15、海外建材瓷砖定价策略是怎样的？

回复：公司瓷砖产品主要是以美元定价，其策略主要有以下两点：第一，定价会考虑到当地货币汇率波动因素，如产品将根据当地货币的贬值程度进行相应的提价。第二，定价会持续参考进口产品的 FOB、海运、关税、内陆运输等综合成本进行定价，较进口产品保持优势。

16、瓷砖产品在非洲市占率怎么样？

回复：公司在西非及东非建有瓷砖生产基地，在产能所在地及多个周边国家的市占率较高，占据当地市场主要份额。

17、海外建材业务是否能恢复以前高毛利率水平？非洲当地各方的合作及竞争趋势是否有变化？

回复：前几年海外建材业务毛利率曾超过 40%，主要是因为特殊期间高昂海运费、本土产能供不应求等因素的影响，并不是常态。近两年来，非洲本土市场竞争加剧，因此毛利率较前期有所下滑。2024 年中旬以来，经过公司与市场的沟通及各方产销的调节，非洲本土市场竞争趋向良性、理性，实现了多方共赢的局面。公司 2024 年第三季度海外建材业务的毛利率也较上半年有所提升，目前该市场协同也比较稳固，市场各方保持理性、良性竞争。未来，我们将争取瓷砖产品整体毛利率维持合理的水平。

18、相较于非洲当地其他公司瓷砖产品，合资公司的竞争优势体现在哪里？

回复：公司海外建材业务合作伙伴森大集团是最早进入非洲、南美等海外市场的国际贸易企业之一，在和公司合作前已从事建材贸易业务多年，并在此过程中积累了丰富的建材渠道和品牌资源，因此合资公司拥有广泛的渠道优势和先发的品牌优势，瓷砖品牌“特福”已经成为非洲当地主流陶瓷品牌之一，形成了一定品牌溢价。目前，合资公司也已完成森大相关建材渠道及商标主体部分的整合，

其余部分未来亦将按相关规划注入合资公司。此外,公司作为建材机械的生产商,在建材生产流程和精益生产中更加具有经验,能够很好将装备优势赋能建材的生产流程,因此合资公司瓷砖品质较当地同类型产品要好。同时,合资公司凭借股东双方资源及自身多年稳健发展积累了较好的资金及融资优势,因此合资公司市场竞争策略的制定及执行方面有更加大余地的调控能力及灵活性。

19、公司瓷砖的非洲消费群体主要是哪些对象?

回复:海外建材的瓷砖消费者主要集中在非洲当地中产及以上的阶层。未来,随着当地经济的发展以及消费水平的提高,公司瓷砖的消费群体规模及范围会进一步扩大。

20、如何看待非洲瓷砖未来需求的增长?

回复:从发展速度来看,非洲人口基数大且增长速度较快,根据 MECS-Acimac 数据统计,2023 年非洲瓷砖消费量 14.21 亿 m^2 ,同比增加 12.5%,是全球瓷砖需求增长最快的地区。同时据其以往预测,2022-2026 年,非洲仍将将是世界瓷砖消费市场增长最快的地区,复合年增幅超过 6%。此外,公司布局的撒哈拉沙漠以南地区,相比非洲其他区域,城镇化及人均瓷砖消费水平都较低,有望实现更好发展。

21、喀麦隆陶瓷项目和坦桑尼亚玻璃项目的运营情况怎么样?

回复:公司在陶瓷业务的生产、运营等方面已经比较成熟,因此喀麦隆陶瓷项目自 2024 年投产后,目前其产能利用率、运营已处于较好的状态。

公司坦桑尼亚玻璃项目产能利用率也已达到较好水平,然而其 2024 年 9 月才投产,又经历了产能爬坡阶段,因此其 2024 年第四季度对海外建材板块业绩影响较小。未来随着玻璃项目运营稳定后,预计其盈利能力将逐步提升。坦桑尼亚玻璃项目除了满足坦桑尼亚及周边国家等地区的需求外,还将根据销售策略及市场情况出口至东非沿线国家乃至其他更远区域。

22、公司为什么去南美洲秘鲁布局玻璃项目?

回复:在需求方面,秘鲁当地无玻璃本土产能,存在供需缺口,主要依赖进口产品。在销售渠道方面,海外建材合作伙伴森大集团在公司筹备该项目之前已在秘鲁积累了一定渠道及品牌等资源,公司秘鲁玻璃项目投产后能够复用这些资源,快速接入市场。

23、请介绍一下海外建材洁具的业绩情况、定价策略以及品牌培育情况。

回复:目前,公司肯尼亚及加纳洁具的产能利用率及良品率已有较好提升,

并可复用瓷砖终端销售渠道进行推广，但受当地竞争对手和进口洁具产品的挑战、生产成本偏高的影响，以及当地价格敏感性偏好等因素，洁具业务前三季度盈利水平仍然承压。

24、海外建材业务未来还会在哪个国家及地区加大产能布局？

回复：目前，公司中短期的重心主要聚焦于正在建设或筹备中的建材项目，致力于这些项目的顺利推进及投产后的稳定运营，这些项目也为海外建材业务中短期增长奠定了基础。在未来，公司将会根据市场以及销售情况，对现有生产基地进行技改或产能扩建；同时也不排除会在一些区域通过收并购的方式，抢占市场份额完成区域整合。此外，公司也会持续观察各地区城镇化过程中产生的家装需求，并结合现有销售渠道的可复用性、品牌属性的赋能效果等方面，寻求丰富建材品类的机会。

25、2025年海外建材的产销规模怎么看？

回复：受益于喀麦隆瓷砖项目、坦桑尼亚玻璃等项目在2025年得到完整的生产及运营以及公司部分在建项目有望投产等，2025年海外建材整体的产销规模有望进一步提升。

26、非洲经济较落后地区相比更发达地区的瓷砖市场会不会更好？

回复：从当时的市场情况来看，北非等相较发达的国家及地区的瓷砖市场已经较为饱和，市场竞争也较为激烈。相比之下，部分相较落后的国家及地区的城镇化、基础设施等相对薄弱，当地瓷砖供给端尚未达到饱和状态，而需求端保持着相对较快的增长速度，这意味着当地瓷砖等建材市场存在较好的发展潜力和机会。目前，公司海外建材的瓷砖消费者主要是当地中产及以上的阶层，未来随着当地经济的发展和消费水平的提升，公司瓷砖的消费群体规模及范围亦会进一步扩大。

27、如何看待地缘政治对公司海外建材业务的影响？

回复：在产能布局之前，公司都会经过长时间的详尽调研，会综合当地政治和营运环境稳定性、人口规模及增长潜力、经济发展趋势、市场规模、地理位置等因素，选择适宜的国家进行本土产能建设。此外，公司海外建材业务属于制造业，对当地就业、当地产业发展、纳税创汇等方面产生了积极的贡献，还高度契合当地政策导向或法规要求，公司及业务品牌亦受到了当地政府、居民及经销商等各界的认可和欢迎。

28、公司在非洲业务除了建材行业外，是否考虑其他投资？

回复：目前，公司在非洲本土化布局的经营规划和发展策略还是以建材业为主。公司以陶瓷机械行业起家，经过多年的发展，已成为陶瓷机械行业的领军企业，在陶瓷等建材生产制造方面具备先天的优势和经验。同时，科达制造的一些企业文化、管理团队均是围绕着建材业务的发展而精心构建，聚集了一批在建材行业志同道合的人才，对建材业务的发展远景和认知都有较高的追求。

同时，近年来公司海外建材业务的业绩表现较为亮眼，资本回报率维持在较高水平，进一步印证了该业务的强劲增长力与盈利能力。

29、海外建材在非洲建设本土产能时遇到过哪些困难？

回复：非洲当地的基础设施配套相较于国内来说有所欠缺、相对落后，在用水、用电及工厂周边运输条件等多方面需要公司团队自行解决，比如非洲部分地区停电时有发生，公司已通过自建或配备发电设施、搭建光伏项目等措施来保障工厂正常运行。

30、海外建材板块的分红规划是怎样的？

回复：早期，合资公司控制好资产负债表的情况下一直保持稳定的分红，公司已通过分红的方式收回对其相关投资。近两年，海外建材板块因建材项目建设较多，相对有更多资金需求，所以基于该业务较好的成长性，我们后续会优先将资金用于项目建设及偿还贷款等事项。

31、负极材料原材料涨价对公司利润的影响？

回复：2024 年第四季度负极材料部分原材料有所上涨，对负极材料盈利能力有所影响，但相对可控。目前，公司正持续通过优化导电和保温结构等降低能耗措施以及提升技术工艺等方式去降本增效，未来我们将努力实现盈利能力的提升。

32、2024 年蓝科锂业碳酸锂业绩怎么样？

回复：2024 年，蓝科锂业产销量同比均实现较好增长，但是受碳酸锂市场价格低迷等影响，蓝科锂业实现的业绩较上年同期大幅减少超 80%，导致其对公司归属于上市公司股东净利润影响与上年同比减少约 10 亿元。

33、蓝科锂业的生产成本是怎么样的？

回复：盐湖股份向蓝科锂业提供卤水的价格与碳酸锂售价形成了动态机制，同时收取盐田及采卤系统维护费作为补充，亦与碳酸锂售价挂钩。虽然碳酸锂价格近年来产生较大波动，但蓝科锂业生产碳酸锂的成本处于市场中较低的位置，仍具有成本优势及环保优势，并持续为公司带来了不错的投资收益，后续公司也

将持续支持蓝科锂业的降本以及技术优化等工作。

34、蓝科锂业碳酸锂 2024 年产量情况是怎样的？

回复：蓝科锂业 2024 年碳酸锂生产目标为 4 万吨，产品质量指标达标率 100%，其中，碳酸锂 I 型（99.6%）产品产量较前一年同期增长 350%。

35、近期监管单位颁布了市值管理相关指引，公司这方面的动作是怎样的？

回复：截至目前，公司已被纳入了 A500 指数，根据相关指引要求，公司正在开展市值管理制度的制定工作。在维护股东利益层面，公司通过股票回购、库存股注销等方式维护公司价值，如公司 2022 至 2024 年连续三年进行股份回购，合计回购约 9000 万股，并于 2024 年上半年注销了约 3000 万股。同时，在股东回报层面，考虑到公司整体负债率不高，且国内中短期资本开支相对有限，未来公司会综合考虑经营情况、战略规划以及海外建材项目建设资金需求等，践行稳定、持续的分红政策，并有望进一步提高分红比例。此外，公司始终将提升经营业绩作为公司市值管理的根本，公司回购账户有近 6000 万股库存股，未来公司 will 借助员工持股计划及/或股权激励等工具，推动员工共同努力完成公司的经营目标，并共享公司的发展成果。

36、公司未来的资本开支是怎样规划的？

回复：按照目前的资本开支规划来看，主要还是集中在海外板块。建材机械方面，公司在国内的投资目前已基本完成布局，未来会有部分海外基地的建设，并看一些产业链并购机会，但这些项目的资本开支相对有限。海外建材方面，该板块相对有更多资本开支，公司仍有科特迪瓦及洪都拉斯瓷砖项目以及秘鲁玻璃项目正在建设或筹划中。

附件清单 (如有)	无
--------------	---