

证券代码：300019

证券简称：硅宝科技

成都硅宝科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-008

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
参与单位名称及人员姓名	华夏基金、东北证券、国金证券等
时间	2025年11月19日
地点	现场调研
接待人员	副总经理兼董事会秘书 李媛媛
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司与分析师及投资者就公司相关经营情况进行了交流。</p> <p>主要内容如下：</p> <p>一、请简要介绍公司2025年三季度经营情况？</p> <p>回复：公司立足于新材料行业，专注于从事高端有机硅密封胶等新材料的研发、生产及销售。公司经过多年技术创新、投资并购、产能建设等方式加大业务布局，构建了包含高端有机硅密封胶、热熔胶、硅烷偶联剂、硅碳负极等丰富的产品体系，为建筑、汽车制造、新能源、节能环保、新一代信息技术等国家支柱产业及战略性新兴产业提供高端配套材料。</p> <p>2025年前三季度，公司实现营业收入26.51亿元，同比增长24.30%，归属上市公司股东的净利润2.29亿元，同比增长44.63%；2025年第三季度，公司实现营业收入9.44亿元，同比下降3.12%，归属上市公司股东的净利润7,490.22万元，同比增长32.18%。</p> <p>二、公司对于原材料价格波动，采取了哪些应对措施？</p> <p>回复：对于原材料价格波动，公司采取了系统性的应对措施：首先，公司与供应商建立了良好的合作关系，有机硅上游产能充足，能够保障供应安全；</p>

其次，公司通过技术创新和生产流程优化，提升产品附加值及影响力，及时根据原材料价格波动情况调整产品定价策略，保证产品毛利率维持在合理范围内。公司将密切关注原材料市场走势，动态调整经营策略，维护公司稳健的经营态势和盈利能力。

三、随着“城市更新计划”的大力实施，公司在装饰装修领域的应用及优势有哪些？

回复：公司密封胶产品在装饰装修领域应用广泛，包括但不限于门窗接缝防水、陶瓷大板粘结、踢脚线、厨房/洗手间用具接缝处防水、瓷砖美缝、镜面粘结、挂饰粘结等。一方面，公司装饰装修胶具备显著的技术优势，依托自研核心技术，在环保、粘结、耐候等性能方面达到行业领先水平，并通过多项权威认证，广泛适配建筑工程与家装等多样化场景；另一方面，公司室内装饰用产品对人体及环境均无危害，全面满足 GB 33372-2020《胶粘剂中挥发性有机化合物（VOC）限量》标准的规定。随着“好房子、好小区、好社区、好城区”的建设理念的推进，公司产品在高端建筑、装饰装修领域中发挥重要作用，稳居建筑胶行业第一品牌。近期，由住房和城乡建设部科技与产业化发展中心组织开展的关于“好房子”建设适用建材产品审查结果已公示，公司有机硅密封胶产品成功进入《“好房子”建设适用建材产品（2025年）》名录。

四、目前公司热熔胶产能有多少？未来是否计划扩充产能？

回复：公司热熔胶产品主要应用于标签、卫生用品、工业胶带、医疗、防水卷材、汽车等领域，现有产能 11 万吨/年。目前，公司现有产能可以满足现阶段热熔胶销售需求，未来公司将根据客户及市场需求情况，适时扩充产能。

五、目前公司硅基负极产品都有哪些？

回复：公司紧抓新能源产业发展机遇，在硅碳负极材料领域加速构筑核心竞争力，目前已开发出硅碳系列产品、硅氧系列产品、新型硅碳系列产品、电芯粘合剂等多个产品，其中重点发力硅氧系列产品及新型硅碳系列产品。

六、请问公司针对不同应用领域采取哪些销售模式，以进一步提升市场份额？

回复：公司坚持“以市场为导向，以客户为中心”，主要采取直销、经销、网络营销等相结合的销售模式建立了覆盖全国的销售网络，并在全球多个

	国家有合作经销商。公司根据不同的产品类型采取不同的销售模式，为市场份额的提升提供保障：建筑胶坚持“经销为主、直销为辅”的销售模式，抢抓优质客户，开拓市场空间，继续提升市场占有率，巩固建筑胶行业龙头地位；工业胶采取“直销为主、经销为辅”的销售模式，与行业标杆客户、头部企业深度合作，继续提升在核心客户中的市场份额，快速扩大市场占有率；热熔胶采取“国内直销为主，国外直销为主、经销为辅”的销售模式，坚持“国内国际市场双轮驱动”的发展战略，实现国内外业务协同并进；硅碳负极材料采取直销为主的销售模式，依托强大的产品力及持续深化的客户关系，实现销量快速增长。
附件清单	无
日期	2025年11月19日