

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（线上）
时间	2025 年 12 月
接待对象	华泰柏瑞基金、交银施罗德基金、沣谊投资、方正证券、国金证券、中金资管、路演宝、招商证券、劲嘉集团、恒科电器、鹏华基金、财通证券、泰禾基金
地点	科达制造总部大楼、线上
上市公司接待人员	董事会秘书 彭琦、证券事务代表 黄姗
投资者关系活动主要内容记录	<p>一、问答</p> <p>1、请介绍一下前三季度建材机械业务海内外收入。</p> <p>回复：今年前三季度，建材机械受国内业务拖累，营收有小幅下滑，而海外收入保持平稳，占比超 55%；净利润受资产减值、股权激励计提的股份支付费用等影响亦有所下滑。</p> <p>2、公司陶瓷机械海内外收入及订单情况怎么样？</p> <p>回复：今年前三季度，公司陶瓷机械业务海外收入占比超 55%。同期，陶瓷机械业务接单有所复苏，其接单金额同比实现小幅增长，主要受益于海外订单的拉动，其占比超 65%，而国内订单则面临一定压力。</p> <p>鉴于当前全球经济低迷且生产成本高企，公司“大产量，低成本”的陶瓷生产解决方案，为海外客户带来了显著的生产成本端优势，得到了全球更多地区客户的认可，推动了陶机海外市场整体渗透率稳步提升。其中，公司不仅在东南亚等地区保持稳健增长，亦在美洲部分区域取得一定突破，获得了世界头部陶瓷企业的设备供应合作。</p> <p>3、公司陶瓷机械海外订单毛利率如何？</p> <p>回复：公司陶瓷机械海外订单的毛利率高于国内。今年以来，公司持续推进土耳其生产基地建设，其主要以墨水加工、陶机简单组装以及维修服务为主，旨</p>

在通过覆盖土耳其本土陶瓷产区，同时辐射北非与欧洲陶瓷市场，为公司拓展海外市场服务半径提供有力支撑。未来，公司亦将持续重点推进全球化布局，希望通过覆盖更多海外地区，拓展包括欧美等高端陶机在内的市场，以平滑行业周期的波动，未来公司陶机海外订单占比或有望进一步提升。

4、陶瓷机械国内需求情况怎么样？预计什么时候见底？

回复：受行业周期调整等多重挑战，当前国内下游陶瓷行业尚未出现根本性好转，公司陶机业务因此仍面临一定压力。但下游陶瓷企业仍存在行业技术更新与老旧产线迭代等投资需求，以提升在需求下滑、竞争加剧环境下的竞争力，并满足监管日益趋严的环保及能耗要求。同时，整体来看，国内陶瓷行业已处于周期底部阶段，后续随着下游客户低端及落后产能逐步淘汰、投资信心和计划逐步恢复，陶机产品需求后续可能逐步迎回暖。

5、陶瓷机械的竞争对手是谁？陶瓷机械设备是否具有销售半径？

回复：公司的竞争对手主要为一家来自意大利的陶瓷机械企业。在产品技术层面，近年来公司通过软硬件设施投入、产业链收并购等措施，显著提升了陶机产品质量与性能。目前，公司陶机产品已与意大利竞争对手差距不大，部分领域甚至更具优势。在产品价格方面，依托中国在产业配套、原材料采购等方面的优势，公司陶机产品拥有较高的性价比。

陶机设备产品单体价值较高，运费占比较小，受销售距离影响有限。从陶机市场份额来看，公司在国内市场，以及东南亚、南亚等新兴市场与发展中国家市场中保持领先，其中大部分市场处于一带一路地区；而在欧美等高端市场市占率相对较低，其主要以意大利设备为主。从全球市场来看，公司与竞争对手的业务规模与综合实力均位居全球前二。

6、请介绍一下配件耗材发展情况？

回复：今年前三季度，公司配件耗材业务营收及接单均实现较好增长，且占陶机业务整体营收比重进一步上升。

考虑到配件耗材品类较多，公司正持续拓展市场空间大、利润率高的产品品类，其中公司海外墨水业务近年来实现了稳健增长。鉴于陶瓷的生产工艺以及陶机设备的适配性，对陶瓷墨水产品的品质以及适配度会有一定要求。为此，公司于2023年收购了国内陶瓷墨水龙头国瓷康立泰40%股权，并与其共同设立了广东康立泰公司，专门布局海外墨水贸易业务，该公司由科达制造控股及并表。在

海外市场，公司墨水产品主要从国瓷康立泰采购，会依托公司陶机业务的客户资源，协同推广陶瓷墨水业务；而在国内市场，公司则主要通过参股国瓷康立泰，分享其带来的投资收益。

此外，由于陶瓷墨水存在一定的保质期，从中国出口时，海外运输、清关等环节耗时较长，叠加客户储存因素，会有过期风险以及造成成本损耗。因此，公司布局建设了土耳其墨水工厂，以提升目标区域服务效率以及市场覆盖范围。

7、公司陶瓷机械业务未来发展规划是怎样的？

回复：公司陶机业务将持续推进全球营销网络拓展及本土化服务体系建设，巩固在新兴及发展中国家及地区的优势，并努力提升欧美高端市场份额。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。根据公开数据及公司测算，配件耗材业务全球市场规模相较陶机设备更为广阔，而目前公司的配件耗材业务规模及市场占有率均相对于陶瓷机械设备业务有限，仍有较大的提升空间。

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。其中，自公司启动铝型材挤压机业务以来，到目前已涉及建材、汽车及光伏等领域，涵盖汽车轮毂及门槛梁零部件、光伏边框、铝合金建筑型材等领域，且在部分领域整体水平已处于国内前列。同时，鉴于铝型材挤压机通用化程度较高，覆盖行业广泛，同时其亦存在配件耗材需求，因此该业务市场空间相比传统陶瓷压机更广阔一点，未来有望实现较好的发展。另外，像窑炉的通用化，可以用于洁具、餐具等生产制造环节；其它的像原料设备、智能仓储装备、包装装备、抛磨设备等，都存在其他行业场景的应用机会。

8、请介绍一下公司陶瓷机械业务板块资产减值情况。

回复：陶瓷机械业务板块的资产减值主要源于应收账款减值以及此前收购的F.D.S. Ettmar 公司的商誉减值。针对应收账款方面，自公司上市以来，公司陶瓷机械业务的坏账率总体上始终保持在一个较低的水准。目前，基于稳健经营考虑，公司亦会对订单合作机会进行风险评估，有选择性地开展业务。商誉减值方面，F.D.S. Ettmar 存量商誉已经全部计提。

9、公司海外建材业务第三季度利润率下降的原因是什么？

回复：剔除汇兑损益、资产减值等影响，公司瓷砖业务净利率环比第二季度有所下滑，主要有以下原因：一方面，肯尼亚伊新亚及科特迪瓦陶瓷项目第三季

度产能处于爬坡阶段，整体毛利率尚处于较低水平；同时，公司玻璃及洁具业务规模比重有所提升，而其利润水平亦低于瓷砖业务。另一方面，部分地区天然气价格自今年二季度有所上涨，导致部分陶瓷项目生产成本有所上涨，进而对业务整体利润率产生影响。后续随着科特迪瓦、肯尼亚伊新亚陶瓷项目产能逐步释放，预计其将对未来整体业绩产生积极贡献。

10、公司海外建材业务第三季度营收增长较快的原因是什么？

回复：受益于坦桑尼亚玻璃项目以及喀麦隆陶瓷项目等产能的释放，以及瓷砖产品价格策略优化等多重因素，共同驱动海外建材业务今年前三季度同比去年同期实现营收大幅增长、盈利能力显著增强。

而今年年中投产的科特迪瓦和肯尼亚伊新亚陶瓷项目，在第三季度处于产能爬坡阶段，实际产销量规模有限，对公司营收贡献较小。

11、公司瓷砖产品产销率价格怎么样，怎么展望后续价格？

回复：今年前三季度，公司瓷砖产品产销率维持在高位，同期产品均价亦较去年全年均价实现较好的提升；步入第四季度，产品均价整体依然保持相对稳定。

鉴于公司部分品牌已在当地形成了较好的知名度，相比同类产品已实现了一定的品牌溢价，公司在后续提价方面仍需综合当地消费水平、市场接受度等进行考量，优先保证瓷砖产品产销率以及市场份额稳定。此外，长期来看，非洲人均瓷砖消费水平基数较低，与成熟国家相比还存在较大差距，仍有较大可提升空间，特别是公司布局的撒哈拉沙漠以南地区，具备更好的发展潜力。同时，非洲人口基数庞大、结构年轻且增长速度较快，未来受益于人口红利以及当地经济发展和城镇化进程推进，亦将释放持续的建材消费增长潜力，从而对公司瓷砖价格产生一定支撑。

12、请介绍公司瓷砖业务的市占率？

回复：据 MECS-Acimac 数据，2024 年非洲瓷砖消费量超 12 亿 m^2 ，而公司同年实现瓷砖销量约 1.72 亿 m^2 ，预计在撒哈拉沙漠以南的目标区域整体的市占率较不错，其中在产能所在地市占率较高，并通过出口的方式销售至周边等区域。

13、公司瓷砖业务出口部分的利润率是多少？销售半径是多少？

回复：今年前三季度，公司瓷砖业务在产能所在地的利润率要高于出口部分。由于瓷砖产品比较重，运输距离太长会影响销售成本，特别是非洲的陆地交通条件没那么好，陆路运输成本较高，因此陆运主要辐射周边国家及地区。而公司部

分项目考虑到当地市场需求、交通运输条件及当地原材料供应情况等，布局于临海地区，可以通过海运有效延伸销售半径，目前已有产品销售至美洲等区域。

14、公司瓷砖产品主要聚焦于中低端吗？面对高端产品竞争对手是否有劣势？

回复：鉴于当地经济发展水平以及市场消费能力，非洲当地瓷砖市场的大规格瓷砖需求相对有限，尚未形成足以支撑大规模本土化产能建设的市场基础与规模效应，因此，公司瓷砖产能主要以小规格瓷砖为主，大规格瓷砖产能占比仍相对有限。但作为全球陶瓷机械领域龙头之一，公司凭借在陶瓷机械设备领域的技术积累与协同优势，可根据非洲市场大规格瓷砖需求的增长节奏，及时推进相关陶瓷项目的产品迭代、产能扩容或技术改造工作，推动产能布局与市场需求的精准匹配。

15、公司瓷砖业务主要面向哪些渠道？

回复：考虑到当地的经济发展水平以及市场消费习惯，公司在非洲当地的渠道主要面向经销商，其中以建材门店为主，同时覆盖一些建材超市，经销商大部分为独家合作，门店装修设计及布局基本会按照公司相关标准执行；另有部分适用批发商的模式，相关限制较少。除经销商体系外，公司亦持续扩展工程客户等场景开展业务。

目前，公司通过经销商数字管理系统的加持等，能够快速掌握市场动态，以便动态调整销售策略。另外，除了定期对经销商进行维护与开发外，公司亦会根据经销商等级进行业绩考核并据此采取相应激励，从而亦形成了一定的经销商粘性。

16、非洲当地瓷砖的市场竞争格局是怎样的？

回复：在本土竞争方面，随着 2024 年合资公司与市场的有效沟通以及各方产销的调节等原因，非洲当地瓷砖市场竞争逐步回归良性、理性轨道，目前这一竞争态势依然延续。对于进口竞争对手，公司瓷砖产品定价一般会参考进口产品的 FOB 价、海运费用、关税及内陆运输等综合成本进行动态调整，在性价比具备一定优势。因此，当地进口瓷砖份额占比有限，主要是满足一些差异化的需求，比如一些特殊规格、特殊图案等瓷砖。

17、公司瓷砖业务建立了怎样的竞争壁垒及优势？

回复：相较于国内高速发展时期，当前非洲当地瓷砖市场整体发展速度有限，

单一国家市场容量相对较小，因此公司亦通过出口进行消化部分产能，当地瓷砖整体需求已相对供需平衡，市场格局逐渐趋于稳定。具体来看，非洲投资建厂从基建、供应链、人员管理再到销售渠道建设，均是周期较长且相对国内更复杂的过程。依托多年的积累，目前公司除已形成资金及融资、多年海外运营与管理经验、瓷砖品牌等优势外，在渠道和供应链方面也积累了较好的先发优势。相比竞争对手，公司大多经销商为独家合作；同时亦通过强化上游供应链控制，在部分区域生产制造方面也具有一定的成本优势。

18、请介绍一下公司玻璃业务的发展情况。

回复：公司玻璃业务主要面对下游深加工厂商等客户，通过复用瓷砖品牌“Twyford”进行拓展。今年以来，公司玻璃业务产能利用率始终维持较好水平，同时其第三季度产销率超 90%，较上半年产销率实现较好提升。

19、非洲当地玻璃市场需求怎么样？玻璃业务利润率是否还有提升空间？

回复：鉴于非洲当地房地产行业起步较晚、城镇化水平偏低，玻璃市场尚处于培育阶段，其应用场景主要集中在商业及中高端住宅领域，但其成长周期会更长。

公司玻璃业务在坦桑尼亚本土销售的毛利率大于出口部分。但考虑到当地玻璃尚处于培育期，是一个可持续稳定增长的市场，后续随着当地经济的发展以及玻璃需求的提升，公司将根据市场情况，优化、调整玻璃产品销售结构，同时采取工艺优化等降本增效措施，进一步提升玻璃产品的盈利能力。

20、公司玻璃业务存在怎样的投资壁垒？

回复：相较瓷砖行业，当前非洲玻璃市场需求量级较小且渗透率较低；同时考虑到玻璃行业对原材料品质、能源稳定性等方面要求更高，非洲地区优质玻璃项目的投资机会相对较少，同样其相应的市场壁垒可能会高于瓷砖行业。此外，玻璃项目单条产线资金投入相比瓷砖更高，同时基于产品协同及市场需求的考虑，一般需要建设多条产线，才能形成较好的规模效应及产品结构优势，从而具备较好的市场竞争力。

目前，东非成规模体量的本土玻璃项目只有公司投产及并购的坦桑尼亚玻璃项目，两者已在渠道、成本控制等方面占据了较好的先发优势，其产能已能够满足本土及肯尼亚、乌干达等周边国家及地区的玻璃需求，另有剩余产能需要销售至东非以外的其它地区来消化。

21、公司去秘鲁布局玻璃项目是基于怎样的考量？

回复：当地玻璃市场主要依赖进口产品，存在本土产能供需缺口；同时，该市场相比非洲玻璃市场更为成熟，能为该玻璃项目提供稳定的需求支撑。目前，公司已在秘鲁拥有一定的渠道、品牌等资源，秘鲁玻璃项目投产后可复用这些资源，快速切入市场。

22、请介绍公司洁具业务的业绩情况？

回复：公司已在东非肯尼亚、西非加纳各布局一条生产线，两者设计年产能合计超 260 万件。今年第三季度，公司洁具业务产能利用率均维持在高位。同时，依托一系列降本增效举措，洁具业务盈利能力持续改善，今年前三季度已实现整体扭亏为盈，但受当地消费者对洁具产品价格较为敏感、部分原料仍依赖进口等影响，其盈利能力相对其他品类较弱，对公司整体影响较小。

23、洁具业务的渠道可以复用瓷砖吗？未来有何规划？

回复：公司洁具业务可以通过复用瓷砖业务的渠道资源实现高效渗透。参考其他成熟市场的经验，洁具品类具备一定的品牌消费属性，后续随着非洲当地消费能力的提升，以及公司对洁具业务的持续培育与推广，该业务的盈利能力有望持续提升。

24、海外建材明年有哪些增长点？未来是否有区域以及品类的拓展计划？

回复：除了公司科特迪瓦及肯尼亚伊新亚陶瓷项目预计将于明年全年释放产能外，公司仍有南美秘鲁玻璃项目，将于明年投产。

此外，公司亦将根据市场情况对现有生产基地产能进行统筹规划。同时，公司亦将持续观察各地区城镇化过程中的建材产品需求，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，通过产能拓展以及收并购等方式，寻求产能拓展以及丰富建材品类的机会。另外，公司除聚焦非洲撒哈拉沙漠以南的国家及地区外，亦会逐步向南美等区域延伸拓展。

25、海外建材欧元、美元债规模是否有所减少？

回复：此前，公司海外建材板块已通过调整融资结构缩减了美元债负债规模，目前其存量已处于较低水平。同时，今年前三季度，公司海外建材板块亦偿还了部分欧元贷款，并持续开展一定额度的人民币贷款，推动了其融资结构得到一定优化。

未来，公司海外建材板块将动态平衡负债规模与经营拓展，优先保障业务发

展需求；同时会结合市场情况及经营规划，稳步控制负债率及外币负债规模，降低汇率波动等风险。

26、公司海外建材板块在外汇管理方面有什么管理措施？

回复：在经营端，海外建材业务本土销售占比较多，一般按照当地货币结算；而出口的部分主要按照美元结算。后续，公司会减少本土货币持有量，除保留一部分日常运营所需的本地货币外，其余会尽可能兑换为汇率波动风险更小的美元、欧元，且会积极清理货币项目敞口、动态调整产品价格，因此这部分实际面临的汇率波动影响相对较小。

27、公司海外建材业务怎么看待非洲当地地缘政治风险？

回复：海外建材业务本土产能的布局，一般会选择营运环境相较稳定的地区。同时，鉴于公司建材项目一般是当地大型的制造企业之一，对当地就业、产业发展、纳税创汇等方面产生了积极的贡献，契合当地政策导向或法规要求，因此公司及业务品牌亦受到了当地的认可和欢迎。此外，公司亦会采取保险等措施，降低产能所在地的运营风险。

28、公司负极材料现在有多大规模？后续是否有扩产计划？

回复：公司负极材料主要面向储能领域，客户涵盖部分储能头部企业。今年前三季度，受益于下游储能行业快速发展以及公司负极材料产能释放，公司人造石墨产品前三季度销量近 7 万吨，产销均较去年同比增长超 300%，储能领域负极材料出货量位居国内行业前列。同时，公司负极材料整体盈利水平相比去年同期亦有较好提升，今年前三季度实现盈利，但整体净利率相对较低。

目前，公司福建及重庆基地合计拥有 15 万吨/年人造石墨产能。后续随着负极材料产能的完整释放，若维持稳定的产销率水平，其营收规模有望进一步提升。未来，公司仍将深耕储能等领域，并根据市场情况优化工艺及审慎进行产能布局。

29、请介绍一下新能源装备发展情况？

回复：公司新能源装备业务主要为清洁煤制气装备、锂电正负极材料装备等产品的生产及销售。2025 年前三季度，公司新能源装备业务实现较好增长，主要得益于清洁煤制气装备业务的增长，其主要应用于氧化铝等行业，单个订单规模较大。其中在国内，清洁煤制气装备行业集中度较高，公司市场占有率已处于头部位置。

30、蓝科锂业碳酸锂的生产成本情况处于什么水平？

回复：在生产成本方面，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，另收取盐田及采卤系统维护费，该部分亦与碳酸锂售价挂钩。但其碳酸锂生产成本始终处于市场中较低水平，保持着优异的盈利水平及竞争优势，且利润率亦会受益于碳酸锂售价的上涨而提升。

31、公司现金流情况怎么样？

回复：鉴于公司当前资本开支相比前几年有所减少，同时受益于海外建材板块营收大幅增长、费用率得到有效控制等因素，今年前三季度公司整体经营现金流实现净流入 15.60 亿元，同比大幅增长。

具体从贡献较大的海外建材业务板块来看，剔除项目投建以及汇兑损失、资产折旧等影响，其整体产生的现金流情况较好，为公司平衡负债率及新项目拓展方面提供了更灵活的发挥空间。

32、公司未来分红规划是怎样的？

回复：未来，公司会综合考虑经营情况、战略规划以及海外建材业务资本开支需求等，在优先保障经营发展的情况下，争取实现分红比例的稳健提升。

33、请介绍一下公司的应收账款情况？

回复：陶瓷机械板块，公司陶机设备产品基本上在发货前已取得过半款项，安装验收后会取得大部分款项；而配件耗材产品作为陶瓷生产过程中持续消耗的产品，存在有一定的账期。海外建材板块，其整体账期较短，针对一些比较大型的经销商会有一定的授信。负极材料板块，其账期相对较长，但随着产能规模的边际释放，叠加与下游企业账期机制的持续优化调整，该业务板块整体账期已有所好转。

附件清单 (如有)	无
--------------	---