

证券代码： 600176

证券简称：中国巨石

中国巨石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"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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（ <u>请文字说明其他活动内容</u> ）
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2026年3月20日(周五) 下午 16:00~17:00
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”(https://ir.p5w.net)采用网络远程的方式召开2025年年度业绩说明会
上市公司接待人员姓名	1、中国巨石 总经理杨国明 2、中国巨石 独立董事武亚军 3、中国巨石 副总经理曹国荣 4、中国巨石 副总经理、财务负责人（代行）、董事会秘书丁成车 5、中国巨石 证券事务代表徐梦丹
投资者关系活动主要内容介绍	<p>为便于广大投资者进一步了解公司2025年度经营情况及未来发展规划，公司于2026年3月20日举行2025年度投资者业绩说明会，以网络直播及文字互动的形式与投资者进行互动交流，主要沟通内容如下：</p> <p>1、第四季度盈利环比下滑原因</p> <p>2025年第四季度经营业绩的同比变化，是市场需求波动、产品结构变化、原材料及能源价格变动、季节性因素等多重因素共同作用的结果。</p> <p>2、低介电子布研发进展</p> <p>公司低介电系列玻纤及电子布产品研发、认证及送样工作正在有序推进。</p>

3、公司年报里提到的玻纤粗纱的新应用方向是百米以上叶片，需求市场有多大？

风电叶片向百米以上大兆瓦方向发展，将显著带动高模、高强度玻纤需求，市场空间广阔。风电领域全年需求虽有阶段性波动，但整体支撑较强，公司相关高性能玻纤产品已配套应用，有望持续受益于叶片大型化趋势。

4、解决同业竞争进展

针对与中材科技的同业竞争，2024年12月10日，公司发布了《关于公司控股股东及实际控制人避免同业竞争承诺延期履行的公告》，控股股东中国建材股份有限公司及实际控制人中国建材集团有限公司仍继续承诺解决同业竞争。若有新的进展，公司将会根据信息披露原则及时公告。

5、目前巨石二级市场是否存在量化交易？

二级市场的交易行为由投资者根据自身策略自主决定，公司不便对市场参与主体的交易性质进行评论。公司始终专注于主业经营，提升核心竞争力，相信公司的长期价值会被广大理性投资者所认可。

6、2026年公司降本增效的核心举措有哪些？

成本是公司最大的优势，从1998年开创并实施“增节降”工作法以来，依托完善的全面预算体系，建立了完整、科学、系统的降本体制机制，通过资源配置最优化、过程管控精准化、要素协同高效化，不断优化生产工艺、消除过程浪费，创新技术方法、实现降本增效。

7、公司怎么看待接下来玻纤和电子布的涨价预期和销量预期？

普通玻纤产品受供给宽松影响，价格以平稳为主，高端产品稳步提升；电子布下游需求回暖、结构性供给偏紧影响，价格稳中有升。

8、2026年产能规划公司规划中的新建产能、技改项目进展如何？投产节奏主要考量哪些因素？

公司淮安 20 万吨高性能玻纤项目将根据市场分期投产，桐乡本部三线冷修技改、埃及基地二线技改等项目正有序推进；2026 年投产节奏将综合考量市场供需、产品结构、盈利水平、投资成本及下游需求等因素，审慎稳健释放产能。

9、年报里面提到的第二增长曲线是什么？

公司提出的“第二增长曲线”是指通过内生培育、股权并购、合资等模式，做全、做稳、做强上游产业，做实、做深、做长下游产业，积极打造围绕玻纤上下游的产业生态圈。

10、公司埃及工厂的运行情况

目前，埃及工厂的生产和物流发货均处于正常状态。公司管理团队始终保持高度警惕，并与当地合作伙伴及物流服务商保持紧密沟通，制定了多项应急预案，以最大程度保障供应链的稳定与安全。公司会持续密切监控局势发展。

11、公司产品护城河，对其他同类公司的除规模优势还有哪些优势，在产品，技术方面有哪些优势

除规模优势外，公司的核心竞争力主要体现在：1）技术研发优势：拥有国家级企业技术中心，在高性能玻璃配方、大型池窑设计、绿色低碳制造、高端产品开发等方面保持行业领先；2）产品结构优势：已形成涵盖粗纱、细纱、电子布及各类特种材料的完整产品体系，尤其在风电纱、热塑纱等高端领域优势明显；3）全球布局优势：国内与海外生产基地协同，具备抗风险能力和快速服务全球客户的能力。公司“十大核心竞争力”详见公司《2025 年年度报告》“报告期内核心竞争力分析”部分。

12、公司产品销售是市场价格还是长协价，在销售价格上有哪些优势？

公司的产品销售定价机制是市场化的，会综合参考市场供需、成本波动、产品价值及客户合作等因素。

13、公司综合毛利率、净利率较上年同期出现怎样的变化？分产品、分区域来看毛利率差异的主要原因是什么，后续盈利能力进一步增强的空间有多大？

2025 年公司毛利率与净利率较上一年度增长明显。分产品看，毛利率差异主要源于产品技术含量、应用领域及市场竞争情况的不同；分区域看，则受当地市场竞争格局、成本结构及运营效率等因素影响。公司将继续通过研发高附加值产品、优化全球生产布局、推进精细化管理等方式，挖掘盈利潜力。

14、请公司大致介绍最新一期股权激励计划，后续对于主要经营目标实现有哪些举措。

公司股权激励计划已通过公司第七届董事会第二十八次会议审议，尚待提交公司股东会审议。具体内容详见公司于 2026 年 1 月 1 日披露的公司《2025 年限制性股票激励计划（草案）》及《2025 年限制性股票激励计划（草案）摘要公告》（公告编号：2025-091）。公司实施股权激励计划旨在建立、健全长效激励约束机制，吸引和留住核心人才，促进公司可持续发展。后续，公司将通过持续技术创新、智能制造升级、深化国际化战略、优化产品结构及强化成本控制等一系列举措，全力推动经营目标的实现。

15、相较于行业内同类企业，公司 2025 年业绩增速、盈利水平处于行业什么位置？

2025 年，面对复杂的市场环境，公司通过持续优化产品结构、深化国际化布局、强化成本管控等措施，实现了稳健经营。根据已披露的 2025 年年度报告及相关公开行业数据，公司的主要经营指标继续保持行业领先地位。

16、公司 2026 年在加强投资者关系管理方面有哪些具体举措？

2026 年，公司将通过定期报告披露、召开业绩说明会、组织路演反路演、及时回复 E 互动平台提问、接听投资者热线等多种渠道，加强与广大投资者的沟通交流，增进市场认同。