

证券代码：600499

证券简称：科达制造

科达制造股份有限公司
投资者关系活动记录表（2023年5月）

编号：2023-004

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 type="checkbox"/> 其他（线上）
时间	2023年5月
接待对象	信达澳银、圆石投资、辰杉资管、深圳前海君恒资产、深圳前海复财资管、华安证券、五矿证券、中信证券、石智基金、海通证券、招商证券、华泰证券、华鑫证券、民生证券、申万宏源、欧锋科技、石庭波、倪威、杨小林、王泽羽、邹远等
地点	线下（佛山总部大楼）
上市公司 接待人员	部分场次：董事长 边程、董事及总经理 杨学先、董事 张仲华、董事 沈延昌、董事 张建、董事 左满伦、董事 陈旭伟、董事 邓浩轩、独立董事 李松玉、独立董事 陈环、独立董事 龙建刚、独立董事 蓝海林、副总裁及财务负责人 曾飞、副总裁 周鹏、副总裁及董事会秘书 李跃进、证券事务代表 黄姗
投资者关系 活动主要内 容记录	<p>一、公司未来发展战略介绍</p> <p>1、陶瓷机械业务</p> <p>陶瓷行业近年来受房地产影响较大，我们希望用战略布局对抗风险，不管国内房地产行业及下游建筑陶瓷行业如何变化，我们未来5年将继续稳步推进百亿计划。具体从以下几方面进行布局：第一，我们将从地域上进行全球化布局，用全球市场来对抗中国国内市场的不确定性。第二，我们将从装备供应商转变为全方位服务商，开展包括耗材配件、运营、承包等各方面的服务。第三，我们希望用现有的陶瓷机械装备的能力去外延，例如窑炉的通用化发展，未来我们将做洁具、耐用材料及餐具等方面的窑炉；像恒力泰的铝型材挤压机，2022年的接单额已经达到了3个亿；像智能仓储装备、包装装备、抛磨设备等，未来也将利用已有的研发能力、生产能力往其他行业和领域做一些延伸。但是我们还是会在</p>

保证主业的稳定的前提下，才会往外去延伸。对于往外延伸，我们要做充分的市场调研和集体决策，大家要充分讨论、调研，再采取谨慎的方式往其他行业去延伸。

在百亿陶机的计划中，70%以上是属于建筑陶瓷行业，其中陶瓷机械预期做到 50-60 亿，通过全球市场和国内市场做一个平衡；陶瓷非机械业务大概 20 亿，有比较大的增长空间，包括零配件、耗材、工程承包及服务。在能力外延方面（陶机通用化发展），我们预期达到 20~30 亿的收入。

我们目前是有三个品牌（科达、力泰、唯高），由三个独立团队来做品牌运营。接下来我们将以中国佛山顺德为中心，进行全球的工厂布局。在土耳其，我们已经购置了 60 多亩地，现在正在建设筹备之中。在印度，我们已经有了工厂，并已经运营了好几年。未来，我们计划在欧洲继续扩大投资规模，不排除做一些资本上的投入，例如在印尼、巴西，可能会计划建立自己的子公司，做一些本地化的服务和生产，通过巴西据点服务整个美洲。

在经营方面我们坚持“三精主义”，在管理上做精简高效，在成本上精打细算，在产品上精益求精。我们是研发、营销、制造三轮驱动，以技术研发为引导，辅以销售、制造能力，用“精益”贯穿设计、生产、管理，形成精益全体系。

2、海外建材业务

海外建材的百亿计划分为三步，第一步扩线增产及优化渠道；第二步进行产品升级及提升品牌溢价，从区域上向南美等地区延伸，在产品上，提升洁具品牌溢价，推进玻璃产线投产，适当培育新品类；第三步，推进多品类协同，落实经销商渠道数字化，对标行业标杆企业，持续进行工艺升级，全方位提升产品质量。未来，我们将着重突破产销协同、精细化渠道管理及拓展、新产品开发、特定细分市场销售以及成本控制五种能力。最终 5 年实现百亿营收目标，通过非洲市场关联建材品类的拓展，形成 80%建筑陶瓷、5%洁具、15%建筑玻璃的业务结构。

3、锂电材料及装备

目前，在材料端，我们在安徽当涂有 1 万吨/年人造石墨产能，在福建有 4 万吨/年石墨化及 1 万吨/年人造石墨产能，同时，我们还在推进福建基地二期 5 万吨及重庆项目 5 万吨产能的建设，再加上未来福建基地的技改优化，国内将形成 15 万吨的年产能。我们也正谨慎的思考海外布局，希望未来国内+海外能够达到

20 万吨的年产能。目前我们是以储能客户为主、动力电池客户为辅的客户结构，接下来，我们会按照负极材料的全产业链来打造负极材料一体化生产，同时，更进一步加强成本控制能力。

在资源端，我们的参股公司蓝科锂业去年产量是 3.1 万吨，目前蓝科锂业正在做提质增效的工程，技改完成后能够提升现有产能。我们也持续支持蓝科锂业对于碳酸锂产能的构建，下一步继续把成本方面控制好，提高产品价值，在已有碳酸锂产能中，实现更高附加值的产品。同时，我们也看一些锂矿、石墨矿资源，寻找合适资源标的，挖掘投资机会。

在装备端，基于公司 30 年的制造经验及在锂电材料行业的多年经验，我们研发出了锂电材料设备，现在在逐步积累能力和构建团队，去年这块业务的订单已经实现 3 亿元。在锂电材料装备方面，我们主要是要构建整线能力，并将产品逐步推向市场，目前我们主要有两个公司在做这方面的工作，分别在马鞍山及广东，我们现在已经研发出了气氛隧道窑、造粒/预炭化窑炉、气力输送系统、自动装塌系统、移动石墨化系统及负极整线等装备，在 2022 年内累计接单约 3 亿。在做好锂电材料装备的基础上，未来我们也希望逐步拓展锂电相关装备，未来中长期将能力拓展至其他新能源装备，逐步启动新产品的研发，加速新能源装备的全领域布局，希望能成为新能源装备的龙头企业。

二、互动问答

1、今年陶瓷机械的增长还是在海外吗？

回复：现在国内已经是存量市场，去年五十多亿的设备销售，国内外各占一半，目前海外的需求在逐步增加，包括像印度、印尼、孟加拉等这些新兴国家，新兴国家的城镇化的增速带来了陶机需求的增量；国内由于房地产下滑的原因，目前市场有所下滑，未来如果有一些下游新产品的迭代，客户也会有对陶机设备迭代的需求。

2、陶瓷机械的净利率能否会持续提升？

回复：从前年开始到去年逐步在改善，我们在以下方面做优化：第一，提升海外订单，整体毛利率会有一定促进作用，因为国内市场的竞争会更加的激烈，国外市场相对会好一些。第二个是内部挖潜，这两年我们做了大量的技术、生产、管理方面的工作，通过精细化管理的设计，我们的成本控制方面做得越来越好，

同时通过各子公司、事业部的协同，在集中采购管理、品牌优势及业务规模上都具有相对优势。现在我们正逐步打造我们的系统优势，从人均产值、管理费用等上面去做优化，成本会比竞争对手更低。我们感觉未来几年陶瓷界会发生比较大的变化，竞争态势和大环境变化会使得业务越来越集中，小企业会越来越困难。这种外部竞争的格局发生变化以后，利润情况也会发生改善。当然阶段性的问题也会存在，像第一季度毛利情况就不太理想，因为短期需求下降，竞争会更加激烈，但是大的趋势会逐步改善。

3、压机高库存的原因？

回复：压机的生产周期比较长，像一些小的零部件，可能一个月就可以交货，但是压机从铸件、锻件到出产品前后要数月，价值比较大，库存金额相对比较高。

4、陶瓷行业和锂电材料行业是碳排放比较高的行业，中国近期也对碳排放提出了比较明确的目标，科达的陶瓷机械在脱碳这方面的技术有没有突破？

回复：目前科达在脱碳方面是没有投入的，因为这块是涉及后期的环保项目，我们只做陶瓷机械装备，会在装备上增加一些低碳的技术，来帮助下游陶瓷企业减少碳排放。

5、陶瓷机械未来公司有哪些增量？

回复：陶瓷机械全球每年的市场份额大概在 200~250 亿。近年来，随着国内的房地产行业的回落，包括这两年基建的萎缩，国内市场规模缩小了。所以目前我们有两个策略，第一是延伸开展耗材和配件业务，第二是解决业务的全球化问题，以前陶瓷业务主要集中在国内，海外占比不高，所以市场规模增长不大。近 10 年来，科达从中国走向亚洲，从亚洲走向全球，我们接触的国家越多，开拓的市场范围更广、业务规模也逐步提升。接下来，我们将通过全球化的工厂布局，以及通过当地的生产及销售提升各地的市场占有率。

6、耗材的毛利率会更高吗？我们在这块是否有竞争优势？

回复：相对于陶瓷机械整体而言，耗材的毛利率是相对比较高的。前期许多配件耗材供应商通过科达的渠道进行销售，完成我们相关产品及服务的配套，目前公司将自行开展相关业务，将供应链进一步前移。

7、今年房地产下滑较多，公司估计今年陶瓷机械整体业绩会是怎样的？

回复：国内房地产要想在短时间内有起色是比较困难的，但是我们对海外市

场还是比较乐观的。以前中国的建筑陶瓷占全球产能的 70%，但是根据去年全球的陶瓷产量计算，中国占全球总产量下降到 40%左右，占有率在逐步下降，但同时全球的瓷砖产能在逐步上升，需求量也在逐步增长，尤其是拉美、非洲、中东等国家，我们是服务于全世界的建陶产业。今年一季度全球通胀持续，从去年第四季度到今年第一季度，同时建陶产业和天然气的成本有比较密切的关系，陶瓷机械也受到影响。从 4 月份开始，国内有一些恢复，国外天然气的价格逐步稳定，相信下半年的情况比上半年会有好转。

8、海外建材的玻璃业务有多少个工厂？机械是否为科达提供的？

回复：公司目前在坦桑尼亚有一个玻璃项目在建。非洲陶瓷工厂的整线是科达提供的，玻璃的设备是向外采购的。

9、海外建材的竞争优势在哪里？市占率和利润率是否可持续？

回复：第一，由于森大在非洲做贸易已经很多年了，有很深厚的市场基础和销售渠道，我们在本地做工厂，就把进口贸易替代了。现在非洲处于发展的初级阶段，很多国家没有陶瓷工厂，我们进去了就能快速布局市场。目前我们选择了 5 个非洲国家共设了 6 个工厂，利用已有产能和市场份额形成先发优势，后续会做好渠道、精细化管理、产品开发，形成长期可持续竞争优势。

第二，客观来说，非洲地区需求量还在增长，公司海外建材的销售量也还在增长中，但是毛利率和净利率可能不会一直维持这么高的水平。前期受疫情影响，产品供应短缺，产品价格有所上涨，往后随着我们开展一些终端渠道布局工作，利润会维持在一个比较正常的范围内。

10、我们在非洲板块的出海有什么难点？

回复：第一就是地域风险，地域性政治的变化比较快，对国家的经济风险判断会变小心；第二是跨文化的管理，对我们来说，国际化的经营是一个挑战。目前我们已经在非洲运营了 7 年，工厂主要布局在东非、西非地区政治、经济比较适宜的国家，在当地已有了 6000 多名外籍员工，也总结了比较好的管理运营经验。

11、海外建材业务是从什么时候开始的？有扩展至其他区域吗？

回复：我们于 2015、2016 年就开始在非洲调研，2017 年开始第一个工厂正式运营。我们当时调研也去了亚洲的一些国家，发现大部分地区都有我们的客户，

后来去非洲调研肯尼亚，发现肯尼亚以及非洲有较为广阔的空白市场，主要靠进口贸易商在中国、印度采购产品去卖，当时肯尼亚不存在当地竞争问题，所以我们第一个工厂就在肯尼亚，同时出口覆盖周边几个小国家。逐步发展为如今在非洲 5 个国家有 6 个工厂。我们现在也有逐步拓展非洲地区其他市场，目前非洲有些国家就是像中国八九十年代那样，随着住宅的增加，相关建材产品需求量很大，只靠贸易商不足以满足当地的建材需求。同时，我们也会走出非洲，正在探讨在中东、亚洲及南美洲探索当地市场。

12、我们在非洲结算是用美元还是用当地货币？

回复：我们结算用当地货币，保障日常运营的基础上，部分资金在每天下午会换成美元。

13、海外建材业务的股权结构是怎样的？

回复：我们在毛里求斯设了一个 SPV，通过 SPV 来持有各个子公司的股权，相关盈余资金通过毛里求斯 SPV，再对股东公司进行分红，或进行再投资。

14、我们在非洲，中国员工跟当地员工的比例是多少？

回复：中国员工的占比现在不到 20%，已经实现了高度的本地化，本地化管理相对更好一些，如果只靠中国人管理，第一是成本高，第二是不便利，我们现在在非洲工厂的本土化员工已经覆盖到中层，慢慢再提一些当地的高层。

15、海外建材今年有多少个项目在建？

回复：在陶瓷项目方面，塞内加尔二期 3 线已经在 3 月投产，另外有加纳五期、赞比亚二期、喀麦隆等项目在建；洁具项目建设方面，目前加纳洁具一期项目已经顺利投产，肯尼亚基苏木项目还在建设中；在玻璃项目方面，目前有坦桑尼亚建筑玻璃项目在建。

16、玻璃和洁具的毛利怎么样？

回复：玻璃和陶瓷的利润水平差不多，洁具可能前期会稍低一点。

17、咱们在非洲目前是以制造为主，也有新的品类，会不会做建材超市？

回复：非洲战略我们有三步，第一步是扩品类，从陶瓷做到洁具和玻璃；第二是扩地域，从非洲走向南美、中亚、中东；第三就是扩价值链，进行前移或者后移，对于建材超市目前我们还在论证中。

18、生产制造业的企业去做品牌营销，会不会比较困难？公司是想把中国的

经销模式复制到非洲那边吗？

回复：如果开展相关工作，我们可能会把品牌营销的业务拆出来做，和第三方共同探讨合作方式，现在我们还在评估风险。如果未来将非洲的销售方式升级，这和制造是两个完全不同的概念，对我们来说确实会有一定挑战和难度。

是否照搬中国的模式，我们目前还在讨论中，目前非洲的形态还没发展起来，还是比较初级的状态。

19、公司现在有多少人？海外建材有多少员工？人工成本如何？

回复：截至 2022 年年底，公司全球总共 11,474 人，海外 6000 多人，海外的人员主要是非洲工厂的人比较多，因为非洲不需要那么高智能化的设备，所以以人工为主。工厂的人工成本对比中国来说不高，但在当地我们工厂的工资比其他工厂更高，并会给一些补贴和福利等。

20、目前南美的项目有没有具体的时间规划？玻璃是否是后续的重点品类？

回复：南美区域从去年开始已经在陆续规划，目前团队已经进去大半年了，一直在做前期工作，计划今年或明年会正式启动，我们届时也会履行相关审议程序。在品类发展上，根据我们目前的 5 年规划，陶瓷占比第一（约 70-80%），玻璃第二（约 15%）。

21、目前窑炉在锂电装备上面是否是标准化定制？现在是否为装备推动材料改进的环节？

回复：目前锂电材料装备的行业还处在起步阶段，新能源行业的发展时间较短，所以目前还是根据锂电材料的需求进行设备制造，但是随着行业不断发展，到达一定成熟度之后，就会反过来推动产品工艺的改进，就像陶瓷机械行业一样。

22、科达对蓝科锂业有决策影响吗？蓝科锂业目前是否存在投机性的存货？后面囤货行为是不是还会存在？

回复：我们一直不去揣摩市场，而是坚持做好生产。在蓝科锂业中，各大股东是有影响力和发言权的，比如近期开的董事会及经营会议，涉及蓝科锂业重大变化、愿景等议案，都会先请示股东意见，待股东达成一致意见后再推行实施。蓝科锂业不存在投机性存货，我们未来会促进蓝科锂业优化销售机制。

23、蓝科锂业这两年的产能规划有多少？碳酸锂的产能是否会过剩？

回复：2022 年蓝科锂业已经达到 3 万吨的产能，现在也在进行技改，预计到第三、四季度会慢慢有增量释放。后续可能还会投入一些新的技术提升的项目，希望未来 2~3 年内，能实现一部分产能增量。今年不会过剩，产能还会继续投产，现在还保持一个不错的利润率。

24、我们预计 2023 年下半年碳酸锂的价格会到 30 万吗？

回复：目前市场价格其实已经接近 30 万/吨了，下半年价格应该会趋于稳定状态。

25、2023 年蓝科锂业的碳酸锂均价达到多少？

回复：去年碳酸锂的价格是前低后高，全年单吨均价为 30 多万元。今年价格预计前高后稳，后续可能会比较平滑，综合起来可能和去年差不多或稍低。

26、是否有可能拿到更多的盐湖股份的卤水？

回复：根据测算，盐湖股份目前拥有的卤水可供提取碳酸锂的年产量为 10 万吨左右，根据当前相关安排，目前的规划已能够满足蓝科锂业技改后的产能需求。我们非常关注锂产业的发展，对于蓝科的后续规划，我们将做好锂资源开发与利用，尽可能提高锂产品价值。

27、目前看公司的股权架构，觉得比较零散，子公司数量比较多，公司对组织架构怎么考虑，未来是否会进行调整？

回复：目前公司的业务发展规划是比较清晰的，主要聚焦于三大业务，其他业务体量较小，因此我们近几年一直在根据业务板块优化股权结构，但是因为智慧能源业务在开展过程中是以项目公司的形式来进行的，所以股权架构上看上去会比较多子公司。我们的组织架构相对比较灵活，目前是三个董事分管了三大业务，各项投资、证券、法务、人力等职能都归总部三个副总裁管理，总部为旗下业务板块及分子公司做赋能。这样的管理架构，使各项的工作效率都得到了提高。

28、沈阳科达洁能资产减值情况？后续是否还会有资产减值的情况出现？

回复：公司在 2018 年前后对沈阳科达洁能等节能环保板块的子公司进行了资产减值的处理，在 2018 年以前，我们的投资能力不是太强，确实造成比较大的亏损。近几年我们也不断进行总结反思以及改革优化，现在整个管理架构和模式比较健康、完善，我们设置好了科学的流程及权限，基本上投资项目都会经过充分论证。

29、怎么看公司无实控人状态？未来公司的管理层这边是否会有接班人机制？

回复：国外公司无实控人是常见的现象，如果以家族式企业进行发展，可能风险更大，因为实控人的权力是很大的。假如我（边程）是科达实控人又是董事长，往后的决策风险可能仍然会存在。但是在目前的情况下，董事会层面有各个大股东提名的董事，如果有重大事项发生，会经过各个董事详细讨论、审议，或者提交股东大会通过后才能实施，这样就尽可能降低了相关的风险。我们目前正在招一些优秀的 80 后作为各个分子公司的总经理的接班人，希望三五年之后，一线都是这些 80 后的优秀人才。

30、联塑对科达是怎么看？后面和科达的合作业务？

回复：科达有海外建材板块，而联塑主要是做塑料管道，会有一定的协同，后面会逐步进行探讨。

31、员工持股计划是什么时候开始实施的？今年是否还有？

回复：2020 年推出了一期，2021 年和 2022 年是考核阶段。今年我们会再探讨新一期计划。

32、科达的文化是怎样的？

回复：科达的文化从创始人开始，就是财聚人散、财散人聚，创始人最早的原则就是要把股份分给大家，谁对科达好，谁就持股共同来推进企业发展。

33、能否介绍一下分拆的子公司的情况？

回复：我们计划分拆的是子公司安徽科达机电，它主要是提供生产墙体材料的机械，以前的墙体材料主要是钢铁混凝土、红砖，现在主要是用工业废渣做成加气混凝土板材，直接拼装成整体的墙面，大大提升基建效率。2021 年安徽科达机电有五亿多的营业收入，利润大概是五千多万。