

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

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	2023 年 9 月
接待对象	华泰柏瑞基金、民生证券、平安证券、平安养老、银国达私募、珠海巨石资产管理、中信证券、鸿道投资
地点	线上、线下（佛山总部大楼）
上市公司 接待人员	董事会秘书、副总裁 李跃进；证券事务代表 黄姗；投资者关系专员 熊志峰
投资者关系 活动主要内 容记录	<p><b>一、公司主要情况介绍</b></p> <p>2023 年上半年，公司重点围绕着陶瓷机械、海外建材、锂电材料和装备这三大板块进行业务开展，实现收入 47.47 亿元，来自海外的营收超过 60%，其中建材机械收入占比 44%，海外建材收入占比 40%、锂电材料收入占比 9%。</p> <p>陶瓷机械方面，上半年确实有一定经营压力，主要受国内房地产及产业链影响，海外方面相对比较平稳，今年整体会有一些波动。为应对目前的整个行业大环境的影响，科达采取以下策略：第一，从陶瓷机械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，目前战略也是初有成效，包括科达最近收购了国内陶瓷墨水龙头——国瓷康立泰 40%的股权。此次收购后，公司与其共同设立子公司，由公司控股，借助公司海外陶机渠道共同推动海外墨水、色釉料业务的开展。第二，公司希望通过全球化的布局，推进陶机销售。目前公司在印度、土耳其、意大利拥有子公司，今年在印尼设立了子公司，并正在筹划巴西子公司，希望通过在每个大洲的驻点优化全球销售网络，推进装备和配件耗材的销售。第三，公司正在对陶机中的一些核心产品做通用化的探索，目前已经开展了铝型材挤压机业务，这几年已经接了一定订单，成为国内铝型材企业的首选之一。此外，公司还通过技术工艺的推进以及智能化、数字化的改造等</p>

方式进一步提升陶机的竞争力。

海外建材板块，近几年维持较快的增长，收入随着产能扩张逐渐释放，今年上半年实现营收 19 亿。目前公司已于非洲肯尼亚、加纳、坦桑尼亚、塞内加尔、赞比亚 5 国运营 6 个工厂，在建的工厂还有加纳五期六线、喀麦隆等陶瓷厂，以及肯尼亚洁具厂、坦桑尼亚玻璃厂，同时我们还规划了秘鲁玻璃项目。截至今年上半年，海外建材瓷砖的产量是 7000 多万 m<sup>2</sup>，洁具超 10 万件。同时，公司还延展了洁具、玻璃等其他建材产品，洁具包括马桶、洗脸盆等。玻璃方面，目前公司在建的项目以白玻、色玻为主，后续也会考虑布局其他领域玻璃。

锂电材料及装备板块，目前公司自营的锂电材料主要为负极材料，截至 2023 年 6 月，公司通过安徽、福建基地已具备 4 万吨/年石墨化、2 万吨/年人造石墨产能。同时，福建科达新能源一期增产技改项目、福建二期与重庆三期合计年产 10 万吨人造石墨产能正在建设中。目前因边生产边建设，会带来一定的成本压力，公司一直持续开展降本增效工作，比如原材料的采购、能耗的优化、装备的提升等方式，来提升盈利能力，等后续新增产能建设完毕、产能释放后，将会释放规模效应。此外，公司也通过股权绑定等方式，增加下游客户的粘性。锂电装备方面，公司上半年接单大约 5 亿，目前整体业务占比较小。战略投资业务方面，蓝科锂业上半年销售 1.5 万吨，产量 1.4 万吨，今年目标生产 3.6 万吨，销售 4 万吨。

## 二、问答

### 1、公司陶机未来的增长空间是怎么样的？

回复：2022 年建材机械营收约 56 亿元，前几年增长主要来自于国内下游产品更新迭代的需求。2023 年上半年国内陶机业务受房地产市场影响较大，海外市场相对平稳。未来公司会进一步深化全球化的布局，通过在每个大洲运营子公司，目前我们已在印度、土耳其、印尼等地设立子公司，未来也将探讨巴西子公司，通过建立全球销售网络推进装备和配件耗材的销售。其次，公司积极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。从宏观来看，全球配件耗材的市场比陶机市场更为广阔，配件耗材的使用频率要比陶机高，两者也会可以通过协同销售增加客户粘性，目前也已取得不错成效。包括科达最近收购了意大利模具公司 FDS 70% 股权，FDS 在模具制造领域具备强大的产品力及品牌力，在业务、人才、技术、供应链及营销渠道等方面均可与科达陶机海外

业务形成互补，将为公司陶瓷机械业务团队进一步深耕欧洲市场、加强在欧洲基地的资源整合增添强大助力。此外，在今年7月科达还收购了国内墨水龙头——国瓷康立泰40%的股权，并共同设立了广东康立泰公司，由科达制造控股，未来共同开拓海外耗材市场。另外，公司也希望通过陶机的一些核心产品做一些通用化的探索，目前主要聚焦铝型材挤压机和锂电装备两个方向，比如铝型材挤压机，可以应用于光伏边框、汽车轮毂等领域；锂云母焙烧窑等装备，可以用于正负极材料生产制造环节等。

未来公司将争取5年内实现陶瓷机械业务的“百亿目标”，形成60%陶瓷机械装备、20%配件及耗材等陶瓷关联产品、20%陶机通用化装备（应用于洁具、耐材、铝型材等其他领域）的业务结构。

## **2、陶机上半年相比去年同期毛利率有提升吗？毛利率提升的原因是什么？**

回复：今年上半年陶机的毛利率相比去年同期有所提升，主要是因为海外陶机订单占比的提升，带来整体毛利率的优化，目前我们也正在积极开展生产和管理精益项目。

## **3、相比去年同期，今年上半年陶机海外营收占比的走势是怎样的？**

回复：今年上半年陶机海外业务营收占比相比去年同期是提升的，考虑到行业周期特性，但每个国家的周期性并不一定同步。基于此，未来我们希望借助全球化的布局，通过覆盖更多国家来平滑周期的波动。

## **4、上半年陶机海外订单占比如何？**

回复：上半年海外订单接单占比已经超过60%。除了陶机全球化布局外，近期我们也通过对海外配件耗材进行一系列布局，比如收购意大利模具公司FDS 70%股权等，希望可以借助其客户资源，进一步拉动海外陶机订单的提升；其次，我们也希望一些关键设备的通用化可以带来一些增量。

## **5、公司的铝型材挤压机客户有哪些？**

回复：公司的铝型材挤压机已供货永臻科技、坚美铝业等知名企业，可用于铝合金建筑型材、光伏边框、电动汽车关键结构件、动力电池包壳体等领域。

## **6、陶机业务直销为主还是经销为主？**

回复：公司陶机业务国内为直销，海外为直销+代理模式。

## **7、配件耗材市场如何？**

回复：全球配件耗材的规模比陶机市场更大，我们会逐步选择这其中一些盈

利能力较高的、使用场景及频率较频繁的品类去开展业务,与陶机业务协同发展,提升盈利规模及能力。

#### **8、请介绍一下海外建材的合作模式?**

回复:我们在非洲的模式是在毛里求斯成立 SPV,科达持有 51%、森大持有 49%,在每个国家设立项目公司,并延伸了陶瓷、洁具、玻璃业务。凭借科达本身多年的陶瓷机械制造优势及经验,以及森大在非洲多年开展国际建材贸易的渠道优势,合资公司随着持续的产能释放,得以迅速铺开市场。

#### **9、海外建材毛利率较高的原因是什么?**

回复:在科达于非洲建厂之前,非洲的瓷砖消费主要依赖于进口,相较于非洲本土生产制造的瓷砖,进口瓷砖存在关税、运输费用等其他成本。科达建厂后,立足于本地资源、本土市场、本土人力,采用本土化经营的策略,大大降低陶瓷生产价格。在非洲陶瓷项目中,主要原材料实现本土化,本土员工占比超过 90%,整体运营成本相较进口瓷砖产品更有优势。再加上非洲各国城镇化发展对于瓷砖的需求在持续增加,科达的瓷砖业务在非洲深耕多年,已具备很好的知名度,综合以上因素,海外建材维持一个较好的毛利水平。

#### **10、海外建材在非洲的销售情况是怎么样?销售区域主要在哪里?**

回复:2022 年瓷砖销量 1.2 亿平方米,营收约 33 亿,产销平衡,近 5 年来收入年复合增长率超过 30%。

公司目前在肯尼亚、加纳、赞比亚、塞内加尔、坦桑尼亚 5 个国家有 6 个陶瓷厂,除了在本国销售外,还向周边的国家出口,目标覆盖区域主要围绕在撒哈拉沙漠以南地区的非洲国家。根据上半年情况来看,超过半数是在生产基地所在国销售,另有部分是向周边出口。

#### **11、海外建材销售面向的群体主要为哪些?主要用于什么场景?**

回复:非洲消费群体主要有市政工程及居民消费,针对不同群体,我们的产品有不同层级可满足不同客户群体的需求。另外,非洲人口基数较大,每个国家的城镇化水平会有差异,整体城镇化速度不会像中国的速度,因此,在目前我们的瓷砖产能达到一定规模后,我们正横向地扩展洁具和玻璃这些其他建材品类,可更好的针对性满足不同发展阶段的市场需求,同时洁具、玻璃等品类前期可通过瓷砖已有的销售渠道,快速实现扩张。瓷砖产品主要为地砖,前期为当地市政需求,目前家居消费正逐步发展起来。

### **12、非洲客户购买瓷砖除了做地砖用外是否还有其它用途？**

回复：我们针对当地销售的瓷砖会做一些本土化的设计，主要还是用作地砖，也会被用作墙砖。

### **13、瓷砖销售价格是多少？汇率对海外建材营收有怎么样的影响？**

回复：根据中国建筑卫生陶瓷协会对今年 1-2 月国内建筑陶瓷进出口分析，我国陶瓷砖出口额增幅大幅高于出口量增幅，陶瓷砖出口平均单价为 9.07 美元/平方米，意味着国内出口瓷砖的档次有所提升，再加上海运费的叠加进一步提升中国出口瓷砖的价格。而非洲本土生产瓷砖的平均销售价格低于中国出口平均单价，相对于这类进口瓷砖而言，本土的生产销售更具有竞争优势。

海外建材销售一般按照当地货币结算，部分是美元结算，除了保留一部分的运营资金外，其它的会及时换成美元，因此今年上半年会有一定汇兑收益。

### **14、公司海外建材现有产能及规划是怎么样的？当地有什么竞争对手？**

回复：2022 年，公司瓷砖产量 1.2 亿 m<sup>2</sup>，产销平衡。今年上半年公司已于非洲五国运营 6 个生产基地，拥有 16 条建筑陶瓷生产线、1 条洁具生产线，共实现建筑陶瓷产品产量超 7,000 万平方米，洁具超 10 万件。同时，公司坦桑尼亚建筑玻璃生产项目、加纳建筑陶瓷生产项目五期、喀麦隆陶瓷项目、肯尼亚基苏木日产 4000 件陶瓷洁具生产项目等正在建设中，预计将于近年内投产，在现有全部在建项目达产后，预计公司将合计形成年产近 2 亿平方米建筑陶瓷、260 万件洁具及 20 万吨建筑玻璃的产能，届时将成为非洲地区第一大建筑陶瓷供应商。公司未来将持续在非洲多国推进建筑陶瓷项目产能扩建，并根据非洲各国的城镇化发展阶段，横向将品类延伸至洁具、建筑玻璃领域，借助瓷砖渠道形成先发优势，拓展至建材领域。此外，公司海外建材业务已规划 5 年内实现百亿营收，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。

除了当地的进口瓷砖外，目前公司在非洲的主要竞争对手也是一个来自于中国的企业，两者目前的产能规模差不多。但随着我们规划的产能全部投产后，我们将超过竞争对手的产能。但非洲的建材市场主要还是一个增量市场，行业并没有处于激烈竞争的状态。

### **15、海外建材的优势？**

回复：一方面科达通过早期的提前布局，利用已有产能和市场份额已形成先

发优势，形成了一定的品牌知名度。另一方面科达通过渠道管理、产品开发以及精细化管理，已经实现了生产的规模化，已非常具有成本优势。

**16、非洲员工本土的人数在多少比例？**

回复：截至目前，非洲本土的员工比例超过 90%，并且越来越多本地人被提拔至管理岗位，担任基层管理岗位及部分中层的管理岗位工作。

**17、为什么考虑去南美及中亚布局？**

回复：经过我们的调研，目前南美和中亚都有一些结构性机会，比如南美处于一个二次城镇化复兴的阶段。我们考虑未来在一个合适的时机去先形成一个初步的布局，抢占先发优势。当然，部分项目目前还在规划、探讨中。

**18、后面会和联塑在非洲展开一些合作吗？**

回复：公司和联塑已经共同前往非洲进行调研，后续会逐步探讨协同合作。

**19、负极材料销售的产品类型有哪些？**

回复：公司主要提供石墨化加工、人造石墨成品等，石墨化加工主要供给负极材料厂商及自用，人造石墨成品主要面向储能客户。

**20、负极材料上半年毛利率情况是怎样的？公司采取了什么措施？**

回复：上半年负极材料市场价格下降，加上公司一边生产、一边销售、一边建厂，综合成本算起来毛利率水平较低。目前我们正通过规模化产能建设去降低管理成本边际，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，未来努力实现毛利率达到行业内达到中高位置。

**21、锂电材料的规划是怎样的？**

回复：截至 2023 年 6 月 30 日，公司通过安徽、福建基地已具备 4 万吨/年石墨化、2 万吨/年人造石墨产能。同时，福建科达新能源一期增产技改项目、福建二期与重庆三期合计年产 10 万吨人造石墨产能正在建设中。此外，我们也将积极关注海外市场，择机协同境外资源启动 5 万吨负极材料的海外产能建设。

**22、蓝科锂业上半年的业绩及销售情况怎么样？**

回复：蓝科锂业上半年营收约 33.34 亿，对公司贡献归母净利润超 8 亿元。上半年碳酸锂销量约 1.5 万吨，产量 1.41 万吨，其中一季度销售比较少，大部分是在二季度销售的。蓝科锂业今年将努力完成 4 万吨的销售目标，3.6 万吨的生产目标。

**23、蓝科锂业的碳酸锂成本是多少？**

回复：碳酸锂的每吨成本约 3 万元，具有成本优势及环保优势；同时蓝科锂业还将支付部分卤水前系统维护费，相关收取标准参照碳酸锂市场价格，并结合相关成本因素动态收取。

**24、蓝科锂业的产能规划是怎么样的？**

回复：蓝科锂业目前拥有 3 万吨/年碳酸锂产能装置，未来 2~3 年内，公司希望通过技术提升、工艺升级、后端沉锂母液回收等方式，争取实现 5 万吨/年以内的产能。

**25、蓝科锂业的股东主要是盐湖股份和科达制造两家公司，股东双方是如何分工的？**

回复：蓝科锂业的日常生产经营主要是由管理层负责，而在董事会层面，会决策蓝科锂业的重大事项，并听取蓝科锂业的经营汇报。蓝科锂业董事会由 5 名成员构成，其中科达制造提名 2 位董事，分别为科达制造的董事张仲华先生、董秘李跃进先生，而张董目前也担任蓝科锂业的董事长。股东双方会在董事会层面探讨蓝科锂业的未来发展，支持蓝科锂业的各项技改、研发、经营管理工作。

**26、蓝科锂业的技改项目资金来源是自有资金还是股东增资？**

回复：蓝科锂业目前资金非常充裕，技改项目资金来源为自有资金。

**27、去年 5 亿回购后续用途是什么？**

回复：根据回购方案规划，后续将用于员工持股计划及/或股权激励，进一步提升核心团队凝聚力和企业核心竞争力，有效地将股东、公司和核心团队三方利益结合，促进公司健康可持续发展。

**28、公司没有实控人，有被收购的风险吗？**

回复：公司自 2016 年起便不存在实际控制人，但公司各大股东的持股比例合计数相对较高，目前各方沟通顺畅，均认可公司的发展，未看到其他方收购的风险。

**29、请介绍一下公司的商誉情况**

回复：公司商誉约 9 亿，近一半来自于蓝科锂业，虽然近期碳酸锂价格有所下跌，但蓝科成本较低，且为绿色循环项目，具备很好盈利水平及竞争优势；其他来自于海外建材和陶机板块，相关子公司的生产经营及运营情况良好。

附件清单 (如有)	无
--------------	---