

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 type="checkbox"/> 其他（线上）
时间	2024年8月1日
接待对象	国联证券、国联基金、华夏基金、国泰基金、长城基金、前海开源基金、宁银理财、长江证券、招商证券、天风证券、中信证券、民生证券、光大证券、国海证券及个人投资者
地点	线下（科达制造总部大楼）
上市公司 接待人员	全体董事、监事、高级管理人员、证券事务代表
投资者关系 活动主要内容记录	<p>一、公司主要情况介绍</p> <p>1、陶瓷机械业务</p> <p>今年上半年国内房地产市场延续调整态势，下游陶瓷行业亦面临产能过剩、供需失衡的挑战；同时全球经济形势面临较多不确定，全球多个陶瓷产区经营承压，公司陶瓷机械业务取得较好成绩，主要有以下几个因素：第一，公司加速推进陶机业务全球化进程，海外订单占比提升。近年来公司凭借不断提升的产品性能兼具高性价比的特点，取得了海外部分地区因产线老旧、经营成本高企带来的产线更新机会。其次，公司从内部管理到生产制造都有了很大提升，近年来公司凭借加大软硬件设施投入，如建设数字化工厂、升级生产基地，已在国内建成多个陶机领域生产基地，极大地缩短了陶机生产周期，同时陶机产品在柔性生产、质量控制水平等方面已经不逊色于意大利同行的产品。同时，我们在管理上做了大量提升工作，从采购到生产到销售进行全流程梳理，开展精益工作，对公司降本产生了较好的支持，亦提升了各项生产效率。此外，公司陶机品牌全球知名度发挥了较大优势，经过多年技术沉淀，公司的陶机品牌在全球主要陶瓷产区享有较好的知名度，也促进了公司的装备及服务在全球范围内的销售。</p> <p>2、海外建材业务</p>

受非洲地区部分国家汇率波动及市场竞争等影响，2024 年上半年海外建材业绩有所波动。在瓷砖领域，合资公司整体策略上将合理的市场份额放在优先位置，基于部分区域战略布局的考虑，公司通过产能扩建、价格动态调整的方式，近年来实现了市场份额持续增长。在瓷砖价格方面，虽然去年下半年到今年非洲本土瓷砖市场面临价格竞争，但一定程度上是公司基于长期经营的考虑，采取的主动市场竞争策略，综合来看，合资公司生产的瓷砖品质较同类型产品要好，同时得益于品牌溢价，在存在市场竞争的情况下，合资公司瓷砖销售价格仍优于当地同类型产品。对于洁具品类，公司正持续通过优化生产工艺及原材料配方等，进一步提升其利润水平；对于玻璃品类，坦桑尼亚玻璃产线正按照经营规划有序推进，将于年内投产。后续来看，目前非洲当地汇率已逐渐企稳，叠加未来美元降息的预期下，非洲当地经济及消费力的提振或对瓷砖需求有一定促进。同时在费用管控方面，公司也将进一步优化组织、运营效率，提升人均产出，后续随着海外建材新增产能的逐步释放，海外建材业务业绩有望进一步提升。

## 二、问答

**1、陶瓷机械取得了部分以往通常使用意大利设备的海外产线更新的替代机会，这部分需求持续性如何？**

回复：近年来，公司通过生产基地改造、数字化工厂建设等措施，并加大产品研发投入，陶机产品在产品质量及性能等方面，与意大利同行产品差距不大。同时在成本方面，中国在产业配套、原材料采购等方面具有很大优势，因此公司陶机产品价格相对具有高性价比的优势。此外，我们通过在海外设立子公司、办事处以及产业链收并购等，并在当地为客户提供配件耗材、维修等服务，海外本土化服务体系也逐步完善并呈现出优势。综合以上原因，我们陶机产品有望凭借样板工程的打造，持续带动此类海外订单的增长。

**2、在全球经济不确定性较高的环境下，公司陶机业务如何面对应收账款的风险？**

回复：随着公司陶瓷机械业务规模逐渐扩大，配件耗材业务的开展，叠加现在市场环境不好，应收账款风险相比以往确实提高了，但依然可控。第一，公司的客户较为分散，单一客户应收账款规模较小。其次，公司陶机产品因销售模式在发货前就已取得大部分款项，剩余的应收账款风险可控。此外，陶瓷机械是一个高度依赖生产设备性能的行业，老旧生产线的生产成本较高缺乏竞争力，而公司陶瓷机械在产品工艺和性价比具有较强的竞争力，在全世界范围占据较高的市

场份额和影响力，公司与陶瓷行业客户依然会有产线更新、迭代的合作，拖欠应收账款的几率会相对低一些。当然，公司一直以来都重点关注应收账款风险，在定金、发货等环节以及客户信用评级等方面持续完善、优化制度及流程，严格控制应收账款风险。

### **3、公司配件耗材情况发展的怎么样？**

回复：从第一季度来看，公司配件耗材业务发展较好，同比实现较高增长。在配件领域，我们为了增加客户粘性以及为客户提供更好的服务，我们在国内外为一些客户生产线设备做了承包服务，为其提供配件等服务，比如抛光机、磨边机的承包。在耗材领域，占比较大的一块是墨水。我们 2023 年收购了国内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，由科达制造控股，后续通过科达制造的海外客户资源，推进其海外业务的拓展，目前这块业务发展也不错。

### **4、如何看待陶瓷行业低碳化、数字化趋势对陶机的需求促进？**

回复：近年来，中国包括世界范围内很多国家对于低碳、数字化转型等政策频出，倒逼陶瓷行业加速转型升级，推动落后产线改造符合陶瓷行业生产要求。同时，陶瓷设备属于折旧相对较快的产品，下游客户需要更新、改造产线从而降低生产成本提升竞争力并改善盈利水平。因此，下游客户对绿色化、数字化生产的需求将进一步推动产线投资意愿及改造需求。

### **5、海外建材瓷砖业务的提价策略是怎样的？**

回复：经过前期市场竞争，公司将根据市场及项目进展情况逐步提升产品价格。

### **6、海外建材洁具及玻璃的经营策略是怎样的？**

回复：洁具方面，公司洁具品牌在当地定位是中高端的，在销售上也正在借助瓷砖业务积累的渠道进行市场开拓。玻璃方面，合资公司玻璃产能布局的地方，当地的玻璃本土化产能很少。待合资公司玻璃产能投产后，有望借助其他建材品类前期积累的渠道资源，实现较好的市场扩张。

### **7、非洲国家体量相对于中国较小，如何避免单一国家市场波动带来的影响？**

回复：海外建材业务除了在生产基地所在国销售，另有部分是向周边其他国家等区域出口。同时公司也根据当地市场情况动态调整各区域分销比例，尽可能避免单一市场带来的波动。目前，我们在东非及西非 6 个国家投产了 7 个工厂，

能够辐射的销售区域较广，能够有效的分散上述风险。

### **8、非洲瓷砖的增长空间怎么样？**

回复：从需求端来看，根据 MECS-Acimac 数据统计，2022 年全球仅非洲地区瓷砖消费量在增长，整体消费量同比增长 5.4%，而其他大洲或区域在下滑。同时，据其预测，2022-2026 年，非洲将是世界瓷砖消费市场增长最快的地区，复合年增幅超过 6%。因此我们认为非洲整体市场虽然不像中国发展的那么快，但仍然处于一个稳定增长的状态，我们依然看好非洲未来的发展潜力。

除了非洲，公司正在全球范围内持续寻找相对空白的市场，根据当地市场人口规模、城镇化发展阶段、经济发展潜力等，择机进行本土产能布局，目前公司产能布局已延伸至美洲。同时除了已布局的瓷砖、洁具、玻璃等品类，公司也将根据终端的需求逐渐丰富建材品类，前期通过贸易的形式布局，后续基于市场情况规划本土化生产。

### **9、目前外部环境已经发生变化，公司的业务开展在战略上是否会有调整？**

回复：公司将持续聚焦主业，坚定践行“全球化”战略，推动陶瓷机械业务、海外建材业务朝着既定“百亿”目标进行；锂电材料及装备业务将持续探索、深化降本增效路径，同时公司墙材机械业务、石材机械业务等业务也将借鉴、复制陶瓷机械成功的全球化经验进行海外拓展。

### **10、沈总 5-6 月份增持公司股份是基于什么考虑？**

回复：作为公司的董事及海外建材合作伙伴，经过多年的共事，沈总对公司现在的管理模式、经营发展、战略规划以及企业文化等方面都比较认可。从业务上来看，沈总对于公司的陶机业务以及海外建材业务经营情况比较熟悉，认同其在市场的核心竞争力，具备不错的成长性，同时看到公司股票价格近期持续走低，所以就开始增持。

### **11、公司海外业务发展较好，未来在分红策略会不会有一个调整？**

回复：在控制好资产负债表的情况下，公司将重点把现金流搞好，会综合考虑经营情况及战略规划，践行稳定、持续的分红政策。

附件清单  
(如有)

无