

证券代码：002478

证券简称：常宝股份

江苏常宝钢管股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-004

投资者关系 活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 电话会议
时间	2025 年 10 月 27 日 15:00-18:00 2025 年 10 月 28 日 09:00-09:30
参与单位名称 及人员姓名	招商证券 梁旭 交银施罗德 孔祥瑞 国寿安保 肖佳琪 和谐汇一资产 孙纯鹏 长江证券 易轰 永赢基金 沈平虹 永赢基金 郑州杰 国盛证券 高亢 平安基金 刘文平
地点	公司会议室
上市公司 接待人员姓名	董事会秘书刘志峰
投资者关系活动 主要内容介绍	一、观看宣传片、PPT 介绍 二、问答交流 1、公司三季度整体的经营情况介绍？ 回复：2025 年前三季度，公司实现营业收入 42.84 亿元， 同比增长 1.40%；归母净利润为 3.92 亿元，同比下降 4.60%； 扣非归母净利润为 3.53 亿元，同比增长 0.80%；经营现金流净 额 2.49 亿元，同比增长 22.60%；其中第三季度，实现营业收 入 14.72 亿元，同比增长 3.66%；归母净利润 1.38 亿元，同比

	增长 61.15%；扣非归母净利润为 1.34 亿元，同比增长 40.60%。 报告期内，公司坚持价值经营和品牌经营，持续做好重点产品、特色产品和新产品的开发，公司产销量和经营情况保持稳健，整体继续保持健康平稳运行。油气开采用管方面，公司加大产品价值转型，在非 API 产品、非常规油气开采、技术方案及服务方面加大力度，产品更加系列化；电力管市场方面，加大产能挖潜和生产组织的优化，促进产能释放和客户满意度提升；特色产品方面，公司特色产品小组持续加大特色产品的培育开发力度，13Cr、HRSG、油缸管等特色产品的总体占比持续提升，特色品牌打造成绩显著；特材产品方面，目前在做好现有产品高端化延伸的基础上，有序做好特材新产品的产线调试、市场拓展、工厂认证等基础工作，为公司高端化升级打好基础。 2、公司油井管市场情况和产品规划？ 回复：油井管产品为公司重点产品，其中小口径油管产品为公司具有核心竞争力的特色产品，在国内外客户中具有良好的品牌度和知名度。面对行业市场变化，近年来公司主动调整产品策略，更加聚焦特殊要求产品开发，在非 API 产品、特殊扣、深海深地油气产品技术开发，复杂油气开采领域加大力度，使产品更加系列化和品牌化，持续促进产品的价值转型。 3、公司锅炉管市场及燃气轮机余热锅炉市场情况？ 回复：锅炉管是公司特色重点产品，目前在产销量、品牌质量、国内外客户认可度、产品价值率等方面均处于行业前列。目前锅炉管市场保持着景气的市场需求，公司锅炉管产能保持满负荷运行。其中，公司特色产品 HRSG 主要应用于燃气轮机余热锅炉发电，目前市场份额处于行业前列，公司长期与国内外头部企业保持稳定供货。公司将持续加大锅炉管内部产能挖潜
--	--

和结构升级，加强与头部企业合作，进一步提升特色领先产品的市场竞争力，并推进高端不锈钢锅炉管等新产品市场开发。

4、公司品种管市场及毛利情况？

回复：公司品种管业务已覆盖石化用管、工程机械用管、汽车用管、船用管、气瓶管、钻杆用管、射孔枪管等多个细分市场。公司将持续推进新产品研发与新市场拓展，着力培育稳定的新细分市场及新业务增长点。鉴于新市场进入、新产品推广等因素，公司当前针对不同业务场景采取差异化定价策略，公司将逐步提升品种管产品的价值率。

5、公司新项目目前的进展情况？

回复：截至三季度，公司精密管、特材项目有序推进，预计年内陆续竣工。精密管项目已围绕大纲产品系统推进市场拓展与客户认证工作，实现多项新产品的批量接单，并与国内外头部企业完成关键产品的技术对接及样品供应；特材项目已顺利通过多家国内外知名客户工厂审核，并实现多批次不锈钢合同交付。目前，公司正充分利用现有渠道的客户与技术资源优势，与头部企业合作加快不锈钢锅炉管、镍基合金油管的市场开发，并与国内外品牌企业共同积极开展海洋脐带缆、EP 管、输氢储氢用管等产品技术研究及市场拓展工作。

6、公司现金充足及资本开支计划？

回复：截至 2025 年三季度末，公司货币资金余额 30.59 亿元，公司财务保持平稳健康运行，抗风险能力较强。后续公司资本开支将主要集中于产线技术升级，以及自动化、智能化建设等方面，以灵活响应市场需求与技术发展。同时，公司会积极探索走出去的发展机会，适应市场环境动态变化。公司也将结合上述规划，并综合考虑行业发展、公司业绩等因素，制

	定合理的股东回报方案，以兼顾股东回报和公司成长价值。 7、公司未来海外市场的规划情况？ 回复：常宝始终坚持全球化战略，未来公司将不断加大国际市场拓展和品牌客户认证，持续优化产品结构和市场结构，提升国际市场竞争力和品牌影响力。公司前期已在阿曼建立生产基地，该生产基地作为公司在中东地区的桥头堡，对于快速响应客户需求，提升公司在阿曼及中东市场的服务能力发挥了积极作用。公司未来也将持续关注外部环境变化，在全面评估基础上，选择合适时机推进“走出去”的战略，把握海外市场的机遇。 8、关于公司经营理念和转型升级介绍？ 回复：公司坚持长期主义和价值经营，以打造细分市场的特色品牌构建核心能力。近年来，面对行业市场变化，公司坚持高端化、品牌化、细分化、始终聚焦产品结构和市场结构的转型升级，特色产品比例持续提升，有效应对了行业市场需求变化。未来，公司在持续做好产品结构转型升级的同时，将聚焦技术升级、数字化、流程及机制升级等提升核心竞争力。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 10 月 28 日