

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	■ 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 ■ 其他（线上）
时间	2025 年 8 月
接待对象	创金合信、Ploncy Cap、宝盈基金、博时基金、东北证券、东吴证券、方正证券、工银瑞信、共青城鼎睿资管、光大证券、广东大一创投、广东弘彦资管、广发证券、广发资管、广州农商行、广州泽恩投资、国金证券、国联基金、国联民生证券、果行育德管理咨询、杭州附加值投资、杭州长谋投资、和谐汇一、鸿运私募基金、华人（锦扬）深圳投资、华西自营、锦洋投资、景顺长城、巨杉(上海)资管、南方基金、宁波明盛资管、鹏华基金、平安证券、浦银安盛基金、佛山市金融办、佛山市上市公司协会、全景网、睿远基金、上海边域私募基金、上海翀云私募基金、上海丹羿投资管理、上海合道资管、上海鹤禧私募基金、上海混沌投资、上海犁得尔资管、上海文多资管、上海偕沣资管、上海匀升投资、尚颀资本、申万宏源证券、申银万国证券、深圳固禾私募证券投资基金、深圳通和私募证券投资基金、深圳中天汇富基金、松山创投、同泰基金、万方资产、五矿证券、西部证券、西藏源乘投资、湘财基金、信达证券、旭泰产业投资、旭源投资、玄元投资、永望资产、甬兴证券、粤佛私募基金管理、长江证券、长江证券(上海)资管、招商基金、招商证券、招商证券资管、浙商资管、中鹏科技、中泰证券、中信建投证券、中信证券、中银国际证券、中哲物产、灼识咨询
地点	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	一、公司主要情况介绍 在复杂的外部环境下，公司依然实现了较好的经营业绩。在业务规模方面，2025 年上半年，公司实现营收 81.88 亿元，同比增长 49.04%，创历史同期新高，其中第二季度营收 44.22 亿元，环比第一季度增长约 17.38%，延续增长趋势，且

上半年海外收入占比亦达 66.50%。在经营质量方面，尽管面临 1.3 亿元汇兑损失及 1.16 亿元资产减值的压力，公司仍实现归母净利润 7.45 亿元，同比增长 63.95%，其中第二季度归母净利润 3.98 亿元，环比第一季度增长约 14.77%。在现金流方面，2025 年上半年，公司经营现金流净额为 6.60 亿元，同比增长 155.91%，亦较去年同期有较为显著的改善。

具体从业务来看，陶瓷机械业务方面，鉴于去年海外市场发展较好，实现逆势增长，而今年客户基于宏观环境、行业需求放缓等考量，投资意向和计划亦阶段性有所调整或延缓，业绩有所承压。2025 年上半年，以陶瓷机械业务为主的建材机械板块实现营收 25.70 亿元，同比小幅下滑；但从第二季度来看，陶瓷机械业务营收环比有所改善，抛开资产减值影响后的经营性净利润亦维持较好态势，接单情况亦有所恢复。从产品结构来看，2025 年上半年，陶瓷机械设备端有所下滑，配件耗材业务则实现增长，尤其是墨水业务增速较好。陶瓷机械通用化应用方面，重点产品铝型材挤压机发展整体平稳，正持续推进更多领域及行业的拓展，并由单机设备向整线装备拓展，未来有望持续贡献业务增量。

海外建材业务方面，2025 年上半年实现营收 37.71 亿元，同比增长约 90%；毛利率 36.80%，同比增加 5.85 个百分点。从产品结构来看，瓷砖业务受益于价格优化等影响，毛利率较去年同期有较好提升；实现产量约 0.98 亿 m²，产销率维持较高水平。玻璃业务方面，实现产量超 17 万吨，产销率均维持较好的水平，经营情况亦在持续优化。洁具业务方面，其实现产量超 140 万件，毛利率逐季度改善。

蓝科锂业方面，2025 年上半年碳酸锂产量约 2.00 万吨，销量约 2.06 万吨；受市场价格影响，实现营收 12.42 亿元，整体营收小幅下滑。但基于蓝科锂业的工艺优化、部分原料及费用的动态下降，其碳酸锂生产成本相应有所降低，最终实现净利润 3.85 亿元，对科达制造归母净利润贡献为 1.68 亿元。此外，自 6 月下旬以来，碳酸锂期货价格有所回暖，后续或将为公司净利润产生正面影响。

二、问答

1、2025 年上半年陶瓷机械海内外收入占比及毛利率情况是怎样的？

回复：2025 年上半年，陶瓷机械海外收入占比近 55%，其中，陶机海外业务的毛利率要高于国内业务，陶机业务整体毛利率有所增长。

2、2025 年上半年配件耗材业务业绩情况以及土耳其基地进展如何？

回复：2025 年上半年，配件耗材业务占陶机业务整体营收比重进一步上升。由于配件耗材市场规模相比传统陶机设备市场更大，且公司当地市占率仍处于较低水平，未来增长空间广阔。后续，随着土耳其 KAMI 墨水工厂于今年投产，叠加公司持续推进配件耗材业务的全球拓展与本土化布局，该业务增长势头有望得到延续。

3、陶瓷机械全球市场的市场率是怎样的？

回复：除在国内占据主要市场份额外，公司陶瓷机械业务在东南亚、南亚及中东等新兴或发展中国家市场占据领先地位，而在欧美等高端市场地区市占率相对较低。从全球市场整体情况来看，近年来公司陶机业务的市场占有率呈逐步提升趋势，目前已位列全球前二。

4、公司频繁在海外建设配件仓等服务网点主要基于什么考虑？

回复：近年来，全球陶瓷行业整体大环境比较低迷，但公司坚定围绕“全球化”、“服务化”等战略同步推进相关布局。目前，针对全球主要陶瓷产区的一些重点市场，如印度、土耳其等地区，公司通过设立子公司、建设生产制造基地，为本土客户提供配套服务。针对一些潜力地区，公司则通过设置配件仓等服务网点，以及与当地合作伙伴等合作设立子公司等方式，实现客户需求的快速响应。

5、公司未来是否还会持续推进墨水等耗材的海外布局？

回复：经过前期的海外市场推广，公司陶瓷墨水产品已获得众多海外客户认可。由于陶瓷墨水存在一定的保质期，从中国出口时，海外运输、清关等环节耗时较长，叠加客户储存因素，会有过期风险，因此公司陆续在印度、土耳其等地布局生产基地或仓库等。后续，公司也将结合当地市场需求、原材料供应情况等，继续推进墨水、色釉料等耗材的海外本土布局。

此外，作为公司陶机业务重点发力的方向之一，耗材业务使用频率较高，属于持续消耗品。公司可通过耗材业务的布局，加强与陶瓷下游客户的黏性与联系，从而推动陶机设备端与服务端的协同发展。

6、公司墨水业务的竞争优势有哪些？

回复：在产品端，公司合作伙伴国瓷康立泰作为国内陶瓷墨水龙头之一，其陶瓷墨水产品技术处于前列，部分产品相较海外竞争对手具有优势。同时依托中国完备的产业链优势，其产品还具备高性价比的价格竞争力。在销售端，国瓷康立泰的知名品牌，加上公司的陶机设备全球服务体系、品牌影响力及客户资源，

两者结合具备较好的市场拓展优势。后续，公司将持续加快各陶瓷产区重点企业的墨水产品推广工作，并以此为样板，全力推进墨水等耗材业务的销售。

7、怎么看待国内陶瓷客户投资需求？

回复：尽管国内陶瓷行业持续承压，但仍然存在着老旧产线更新迭代等投资需求。且随着陶机行业竞争愈发激烈，行业呈现集中度提升趋势，市场份额向头部企业聚集。而作为国内陶机龙头，公司有望凭借产品实力以及服务能力获得更多订单机会。同时，从全球市场来看，尽管部分国家或地区存在着阶段性周期波动，但全球陶瓷行业整体已处于周期底部阶段。未来，随着部分地区下游客户低端和落后产能逐步淘汰、投资信心和计划逐步恢复，下游客户投资需求也有望迎来回暖。

此外，除了重点发展配件耗材业务外，公司亦利用陶瓷机械设备的能力外延进行跨行业应用。目前，公司陶瓷机械板块各事业部都在积极探索核心产品的通用化研发与应用，旨在通过原有产品的技术优势，挖掘尚未形成成熟装备解决方案的领域或行业，以满足这些领域的客户对高品质装备的需求。其中，近几年发展较快的铝型材挤压机，其整体水平已在部分压机领域处于国内前列。且铝型材行业应用场景多、涉及领域广，使得其市场规模超过了传统陶瓷行业。后续，公司铝型材挤压机产品也将根据市场情况向更多行业或领域扩展。此外，像窑炉的通用化，可以用于洁具、餐具等生产制造环节，其它的像原料设备、智能仓储装备、包装装备、抛磨设备等，也将在合适的时机向外延伸。

8、今年上半年两个新项目的产能情况是怎么样的？

回复：科特迪瓦陶瓷厂已于今年6月点火，设计日产能达4万m²。肯尼亚陶瓷厂伊新亚分厂亦于6月点火，设计日产能约1.1万m²，其主要定位当地较高端的瓷砖市场，后续将会对瓷砖业务产品均价产生一定正面影响。上述两个项目预计均会为海外建材业务下半年业绩带来较好增量。

9、瓷砖及玻璃产品的价格后续怎么展望？

回复：瓷砖业务方面，今年上半年产品砖均价较去年同期实现较好提升，7月基本延续了第二季度的水平。玻璃业务方面，公司拥有白玻、色玻等玻璃产品的生产能力，相关产品价格维持在较好的水平，其中色玻价格高于白玻，后续公司将根据市场情况，优化、调整玻璃产品销售结构，进一步提升玻璃产品的盈利能力。

10、公司瓷砖业务在非洲外市场的开拓情况怎样？

回复：在优先保证非洲本地供应的情况下，公司正在开展欧美等区域的产品标准认定等工作，并针对性的对部分产线开展工艺优化等技改升级，以适配这些区域的相关要求。同时，鉴于上述地区对产品质量标准要求相对较高，上述工作亦将反向提升和优化公司瓷砖产品的标准及结构。

11、请介绍一下瓷砖业务布局所在地本土竞争格局。

回复：目前，公司非洲瓷砖业务的本土竞争对手主要是来自于中国的一家企业，两者在非洲已投产规模相差不是很大，产能布局在部分国家会有重合，当前市场竞争较为理性。

12、现在去非洲当地布局瓷砖业务的壁垒高吗？

回复：从市场端整体来看，非洲瓷砖市场已非早前的“蓝海”，当前瓷砖整体需求已相对供需平衡，市场格局逐渐趋于稳定。其次，非洲投资建厂从基建、供应链、人员管理再到销售渠道建设，均是周期较长且相对国内更复杂的过程。依托长期的积累，公司除已形成资金及融资、多年海外运营与管理经验、瓷砖品牌等优势外，在渠道和供应链方面，我们也积累了较好的先发优势。相比竞争对手，合资公司大多经销商为独家合作，且通过经销商数字管理系统的加持，能够快速掌握市场动态，以便动态调整销售策略，并且经销商粘性亦得到了一定的强化。在供应链方面，公司通过强化上游供应链控制，在瓷砖生产制造方面也具有一定的成本优势。

13、请介绍一下玻璃市场的投资壁垒？

回复：相较瓷砖行业，在非洲寻找优质的玻璃项目投资机会相对较少。但一旦抓住机会并占据先发优势，其建立起的市场壁垒会远高于瓷砖行业。目前，公司在东西非布局的玻璃项目，已占据了较好的先发优势。

14、请介绍一下合资公司洁具业务的业务情况？

回复：今年上半年，洁具业务实现了较高的产销率，同时毛利率也实现逐季度改善。当前，洁具业务的生产成本已按预期规划逐步降低，但仍受制于非洲当地对洁具的价格敏感度较高，其品牌溢价能力未达到预期规划，其整体盈利能力仍面临一定压力。后续，随着非洲当地消费能力的提升，以及公司对洁具业务的持续培育与推广，该业务后续有望为公司利润端贡献增量。

15、非洲建材市场未来几年的需求是怎样的方向？

回复：从市场规模来看，近年来非洲建材市场整体维持着较好的自然增长水平。同时，非洲人口基数庞大、结构年轻且增长速度较快，公司所处的瓷砖、玻璃等行业又与当地百姓生活息息相关，未来随着当地经济发展和城镇化进程推进，还将释放持续的建材消费潜力。从消费结构来看，非洲人均消费水平整体呈抬升趋势，消费场景亦在逐渐扩大，像大规格、高品质及多元化产品的需求正在持续增长。

16、海外建材业务的核心竞争力是什么？

回复：随着近年来的发展，海外建材业务已培养具备跨国经营能力的管理团队，在海外产能布局、渠道建设及人员管理等方面，形成了成熟的管理体系及运营经验。同时，公司践行“财散人聚，财聚人散”的合伙文化理念，通过持股平台构建利益共享与风险共担机制，将核心团队利益与公司长期发展绑定。此外，合资公司的治理结构也按现代企业标准进行规范运作，符合非洲当地法律法规及政府要求，又在经营合规性、决策效率及科学性等方面建立了机制。

17、如何看待海外建材业务面临的地缘政治风险？

回复：海外建材业务合资公司的本土产能布局，一般会选择营运环境相较稳定的地区。同时，鉴于该项目公司一般是当地大型的制造企业之一，对当地就业、产业发展、纳税创汇等方面产生了积极的贡献，还高度契合当地政策导向或法规要求，合资公司及业务品牌亦受到了当地政府、居民及经销商等各界的认可和欢迎。此外，合资公司亦会采取保险等措施，降低产能所在地的运营风险。

18、美国降息是否会对海外建材业务产生一定的利好？

回复：从财务端来看，美国进入降息通道，海外建材业务融资成本会有一定降低；同时对非洲当地货币的汇率波动会产生一定的正面影响，进而可能为公司汇兑损益带来一定正面贡献。从销售端来看，美国降息或一定程度上降低非洲当地的生活成本，从而对建材市场的消费力释放形成一定的促进作用。

19、如何看待海外货币汇率波动的影响？

回复：公司汇兑损益的波动更多是源于海外建材业务大额外币贷款的影响。由于公司近年来投建了较多建材项目，相关资金需求较大，考虑到非洲当地货币融资利率较高，所以该业务板块目前存在较多的长期限欧元贷款。而由于其主要融资主体记账本位币与贷款币种不一致，导致各会计期间账面贷款金额随汇率波动产生一定未实现的汇兑损益。今年上半年，公司产生的汇兑损失主要源于第一

季度汇兑损失影响。

20、请介绍一下海外建材板块存量欧元借款规模以及负债率情况？

回复：今年上半年，合资公司偿还了部分欧元贷款，并补充了一定额度的人民币贷款，推动海外建材业务的融资结构得到一定优化。截至6月末，合资公司负债率相较去年年底已有一定幅度的下降，整体融资利率也有所降低。未来，公司将动态平衡负债规模与经营拓展，依据战略规划、经营及财务策略，稳步控制负债率及负债规模。

21、合资公司在外汇管理方面有什么管理措施？

回复：在经营端，合资公司会减少本土货币持有量，除保留一部分日常运营所需的本地货币外，其余会尽可能兑换为汇率波动风险更小的美元、欧元。同时，多年来在非洲地区整体经济水平持续发展的背景下，当地瓷砖产品价格相对保持稳定，加之合资公司形成了一定的市场地位，拥有一定议价能力；合资公司会按美元计价，根据汇率变化动态调整价格，因此这部分实际面临的汇率波动影响相对较小。此外，塞内加尔、喀麦隆及科特迪瓦等产能所在地及部分出口区域所使用的货币是西非及中非法郎，其与欧元汇率长期固定，汇率波动比较稳定。

22、如何看待海外建材业务的成长性？

回复：公司海外建材业务自2016年开始经营，2020年至2024年营收年复合增长率超25%，今年上半年同比增长约90%；考虑到今年6月有两个陶瓷项目陆续点火，今年预计有望达成不错的增长。中短期来看，公司仍有南美秘鲁玻璃项目在建，预计于2026年投产，未来预计将为业务提供增长动力。后续，公司也将按照既定战略及经营规划，努力实现海外建材板块可持续的增长。

23、海外建材业务未来的发展规划是怎样的？

回复：在区域布局方面，合资公司仍会聚焦于非洲的撒哈拉沙漠以南的国家及地区，并逐步向南美等区域延伸。在产能建设方面，合资公司后续也会根据市场情况对现有生产基地产能进行统筹规划，并有序推进产品线迭代。此外，合资公司依然会积极寻找空白市场进行战略布局，同时亦不排除会继续采取其它可行方式，完成已有品类的部分区域市场整合。在品类布局方面，合资公司亦将持续观察各地区城镇化过程中的建材产品需求，并结合现有销售渠道的可复用性、品牌属性的赋能效果等方面，寻求丰富建材品类的机会。

24、请介绍蓝科锂业碳酸锂的销售策略，以及生产成本是否还有下降空间？

	回复：销售策略方面，蓝科锂业碳酸锂产品售价会依据市场行情进行动态调整。降本方面，今年蓝科锂业的管理层也提出了新的技改方案，后续将从多维度论证并推进降本增效等相关措施。 25、怎么看待后续的碳酸锂价格？ 回复：尽管今年上半年我国碳酸锂市场价格持续低迷，电池级碳酸锂现货均价（含税）一度跌破 6 万元/吨，但蓝科锂业碳酸锂成本始终处于市场中较低水平，且生产成本亦环比有所下降。2025 年上半年，蓝科锂业以 31%的净利率水平，充分彰显了其低成本提锂技术的优势与韧性。 26、今年上半年公司新能源装备业务情况怎么样？ 回复：2025 年上半年，公司新能源装备业务实现较好增长，主要来自于清洁煤制气装备等产品的生产及销售，下游应用于氧化铝等行业，单个订单规模较大。在国内清洁煤制气装备领域，行业集中度较高，公司市场占有率已处于头部位置。 27、请介绍一下 2025 年上半年资产减值的情况？后续预期情况如何？ 回复：今年上半年，公司合计计提资产减值准备 1.16 亿元，主要来自于建材机械板块的应收账款减值、海外建材板块的存货减值，以及此前收购的意大利 F.D.S. Ettmar 公司的商誉减值。其中，上述应收账款及存货减值方面，公司已做了系统梳理，相关减值已经充分反映截至报告末该类资产的情况；FDS 商誉减值方面，其存量商誉已经全部计提，后续，该部分不会再产生新的商誉减值。 28、公司近年来投资业务比较成功，未来是否会开辟新的增长曲线？ 回复：现有的“百亿陶机”及“百亿建材”战略目标已能支撑公司中短期增长规划，公司将持续聚焦主业，以稳健发展为主，暂时不会考虑开辟全新的行业领域；但在主业范围内，公司会考虑产业链延伸及产品品类扩充的机会。
附件清单 （如有）	无