

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 11 月
接待对象	长江证券、南方基金、长城证券、长城基金、西部利得基金、鹏扬基金、国金证券、国寿资产、泉果基金、天风证券、博时基金、广发资管、西部证券、成泉资本、汇添富基金、中金公司
地点	科达制造总部大楼、线上
上市公司 接待人员	董事会秘书彭琦、证券事务代表黄姗
投资者关系 活动主要内容记录	一、问答 1、请介绍一下前三季度建材机械业务海内外收入。 回复：今年前三季度，面对行业周期调整等多重挑战，建材机械营收有小幅下滑，其中海外收入占比超 55%，主要销往东南亚、南亚及中东等地区；净利润受资产减值、股权激励计提的股份支付费用等影响亦有所下滑。 2、公司陶瓷机械订单情况怎么样？ 回复：今年前三季度，公司陶瓷机械业务接单呈现较为明显的复苏，其接单金额已超去年同期，这主要受益于海外订单的拉动，其海外接单占比超 65%，而国内订单则面临一定压力。其中，随着公司全球化布局的逐步完善以及核心竞争力的不断提升，公司在东南亚等地区保持稳健增长，于美洲部分区域取得一定突破，并获得了世界头部陶瓷企业的设备供应合作。未来，公司亦将持续重点推进全球化布局，希望通过覆盖更多海外市场来平滑行业周期的波动，未来陶机海外订单占比或有望进一步提升。 此外，考虑到陶瓷机械设备端市场空间有限，公司亦将通过全球销售网络来推进配件耗材与陶机的协同发展；同时持续挖掘压机、窑炉等陶瓷机械核心设备通用化领域的延伸机会，为业务持续贡献增量。

3、如何展望公司陶瓷机械业务的毛利率？

回复：今年第三季度，公司陶瓷机械业务受市场竞争加剧影响，产品售价策略有所调整，导致毛利率相较上半年出现小幅下滑。但整体来看，近年来公司陶瓷机械业务毛利率始终在较为稳定的范围内波动。

4、请介绍一下配件耗材业绩及毛利率情况。

回复：今年前三季度，公司配件耗材业务营收及接单均实现较好增长，其中墨水业务维持较好的增速。相较于传统陶瓷机械设备，配件耗材业务的利润水平更好；同时其属于持续消耗品，亦能够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。

5、请介绍公司配件耗材业务增速较快的原因，以及其市场空间多大？

回复：自重点布局配件耗材业务以来，公司通过收并购、产业链合作以及全球化布局等一系列举措，依托于陶瓷机械设备积累的广泛客户资源及其设备适配优势，迅速打开了市场。

根据公开数据及公司测算，配件耗材业务全球市场规模相较陶机设备更为广阔，而目前公司覆盖的市场规模及占有率有限。后续，随着土耳其 KAMI 墨水工厂的投产，叠加公司持续推进配件耗材服务的全球拓展与本土化布局，配件耗材业务或将为公司陶机业务带来较好的增量。

6、公司压机通用化都应用在哪些行业？

回复：自启动压机通用化以来，公司通过原有陶瓷压机的技术优势，挖掘尚未形成成熟装备解决方案的领域或行业，已将该业务拓展至建材、汽车、光伏及稀土等行业，涵盖汽车轮毂及门槛梁零部件、光伏边框、铝合金建筑型材等领域，且在部分领域整体水平已处于国内前列。其中，铝型材挤压机通用化程度较高，覆盖行业广泛，同时其亦存在配件耗材需求，因此该业务市场空间相比传统陶瓷压机更广阔一点，未来有望实现较好的发展。

7、陶瓷机械的竞争对手是哪些？

回复：公司的竞争对手主要为一家来自意大利的陶瓷机械企业，目前仅有公司与该企业具备提供建筑陶瓷整厂整线装备、配件及耗材等服务的能力，业务覆盖从原料制备、压制成型、烧成到拣选包装的陶瓷生产全生命周期。

在竞争格局方面，该意大利企业在欧美等市场占据优势地位，公司则在国内市场，以及东南亚、南亚等新兴市场与发展中国家市场中保持领先。从全球市场

来看，双方的业务规模与综合实力均位居全球前二。

8、请介绍并展望陶瓷机械国内市场？

回复：当前国内下游陶瓷行业尚未出现根本性好转，但行业技术更新与老旧产线迭代带来的投资需求依然存在。同时，整体来看，国内陶瓷行业已处于周期底部阶段，后续随着下游客户低端及落后产能逐步淘汰、投资信心和计划逐步恢复，陶机产品需求可能迎来回暖。目前，基于稳健经营考虑，公司会对相关业务进行风险评估，有选择性地开展。

9、公司海外建材业务第三季度利润率有所下降，未来是否会提升？

回复：剔除汇兑损益、资产减值等影响，公司瓷砖业务净利率环比第二季度有所下滑，主要有以下原因：一方面，肯尼亚伊新亚及科特迪瓦陶瓷项目第三季度产能处于爬坡阶段，整体毛利率尚处于较低水平；同时，公司玻璃及洁具业务规模比重有所提升，而其利润水平亦低于瓷砖业务。另一方面，部分地区天然气价格自今年二季度有所上涨，导致部分陶瓷项目生产成本有所上涨，进而对业务整体利润率产生影响。后续随着科特迪瓦、肯尼亚伊新亚陶瓷项目产能逐步释放，预计其将对未来整体业绩产生积极贡献。

10、今年瓷砖产能的增量情况是怎样的？

回复：今年前三季度，公司瓷砖产量实现较好增长，主要得益于去年下半年投产的喀麦隆陶瓷项目产能释放，以及部分陶瓷项目产线技改的贡献。鉴于科特迪瓦及肯尼亚伊新亚陶瓷项目在第三季度尚处于产能爬坡阶段，当期产量规模相对较小，第四季度其产能将进一步释放，有望为瓷砖产量的增长提供有力支撑。

11、科特迪瓦及肯尼亚伊新亚陶瓷项目什么时候投产？产能规模是多少？

回复：肯尼亚陶瓷厂伊新亚分厂于今年6月完成投产，设计日产能约1.1万m²；科特迪瓦陶瓷厂于7月正式投产，设计日产能达4万m²。

12、公司瓷砖产品后续有提价计划吗

回复：在产品提价方面，公司仍需综合考虑当地消费水平、市场需求等进行综合考量。从长远来看，当前非洲城镇化水平及人均瓷砖消费水平都较低，随着当地经济发展及消费能力提升，有望持续释放建材消费潜力，从而对公司瓷砖价格产生一定支撑。

13、公司瓷砖产品是高端品牌吗？在非洲当地的市占率是多少？

回复：公司瓷砖产品主要以小规格瓷砖为主，其瓷砖品牌“Twyford”已在

非洲撒哈拉以南部分地区具有广泛认知。在此基础上，公司正着力培育瓷砖中高端品牌“MICASSO”，其在产品规格及设计风格方面与“Twyford”形成差异，且产品均价相对更高。

据 MECS-Acimac 数据，2024 年非洲瓷砖消费量超 12 亿 m²，而公司同年实现瓷砖销量约 1.72 亿 m²，在撒哈拉沙漠以南的目标区域整体的市占率较不错。

14、公司中高端瓷砖产能布局是怎样的？未来是否会助力整体产品均价？

回复：目前，公司肯尼亚伊新亚陶瓷项目主要生产规格较大的中高端瓷砖，目标是替代当地进口的高端瓷砖份额。同时，公司正持续推进部分陶瓷项目产品迭代与升级等技改工作，并根据市场情况逐步释放相应产能。

今年前三季度，公司大规格瓷砖的整体产能占比仍相对有限。后续，随着中高端瓷砖产品占比的提升，预计将对公司瓷砖均价产生积极影响，但短期影响有限。

15、公司瓷砖业务主要面向哪些渠道？

回复：考虑到当地的经济发展水平以及市场消费习惯，公司在非洲当地的渠道主要面向经销商，其中以建材门店为主，大部分为独家合作，门店装修设计及布局基本会按照公司相关标准执行；另有部分适用批发商的模式，相关限制较少。除经销商体系外，公司亦持续扩展工程客户等场景开展业务。

目前，公司瓷砖业务下游经销商整体库存周转率较快，维持较好的收益率水平。同时，公司亦通过建店扶持、业绩奖励等措施，强化经销商的客户粘性。

16、公司瓷砖业务的竞争格局是怎么样的？

回复：整体来看，非洲国家数量多、单一市场容量相对较小，同时瓷砖产品出口受当地基础设施不完善等因素限制，销售半径相对较小。今年前三季度，公司瓷砖业务产能利用率保持高位，在建有产能所在地的国家的市占率较高，另有产品出口至周边国家等区域。其中，在公司产能所在地市场，进口瓷砖的市场份额占比有限，其主要是满足一些差异化的需求。

具体来看，公司瓷砖产品定价一般会参考进口产品的 FOB 价、海运费、关税及内陆运输等综合成本进行动态调整，在性价比具备一定优势。而之前受疫情放开后进口瓷砖冲击以及本土竞争加剧等影响，公司于 2023 年第四季度策略性下调了瓷砖产品价格。随着 2024 年合资公司与市场的有效沟通以及各方产销的调节等原因，非洲当地瓷砖市场竞争逐步回归良性、理性轨道，推动了合资公

司瓷砖产品均价自 2024 年中至 2025 年上半年实现了较好的上涨。目前，这种理性的市场竞争格局保持稳定，公司第三季度产品价格亦基本延续了第二季度水平。

17、公司瓷砖业务在非洲当地形成了怎样的壁垒？

回复：非洲瓷砖市场已非早前的“蓝海”，一方面，相较于国内高速发展时期，非洲当地瓷砖市场整体发展速度有限；另一方面，非洲当地瓷砖整体需求已相对供需平衡，且市场格局趋于稳定。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也积累了较好的先发优势。相比竞争对手，公司大多经销商为独家合作；同时亦通过强化上游供应链控制，在生产制造方面具有一定的成本优势。

18、非洲瓷砖消费市场每年增速情况是怎样的？

回复：从市场规模来看，近年来非洲建材市场虽然不如中国发展那么快，但整体维持着较好的自然增长水平。而公司布局的撒哈拉沙漠以南地区，相比非洲其他区域，城镇化及人均瓷砖消费水平都较低。同时，部分地区如坦桑尼亚、肯尼亚等地区人口年龄结构较年轻且增长速度较快，拥有一定人口红利。因此，这些区域具备长期消费升级和市场规模扩张的潜力，增速或会更高一些。

19、公司玻璃业务产销率以及非洲当地玻璃市场需求如何？

回复：公司玻璃业务主要以建筑玻璃产品为主，今年以来产销量逐季攀升，产能利用率始终维持较好水平；其中，第三季度产销率较上半年产销率实现较好提升。鉴于非洲当地房地产行业起步较晚、城镇化水平偏低，玻璃市场尚处于培育阶段，其应用场景主要集中在商业及中高端住宅领域，但其成长周期会更长。

20、公司玻璃业务的本地销售及出口的盈利能力怎么样？

回复：今年前三季度，公司玻璃业务在坦桑尼亚本土销售的毛利率大于出口部分。后续，随着当地经济的发展以及玻璃需求的提升，公司将根据市场情况，优化、调整玻璃产品销售结构，同时采取工艺优化等降本增效措施，进一步提升玻璃产品的盈利能力。

21、公司玻璃业务是否还有产能扩张规划？存在怎样的投资壁垒？

回复：现有规划中，公司仍有南美秘鲁玻璃项目正在建设中，预计于 2026

年投产。相较瓷砖行业，当前非洲玻璃市场需求量级较小且渗透率较低；同时考虑到玻璃行业对原材料品质、能源稳定性等方面要求更高，非洲地区优质玻璃项目的投资机会相对较少，因此相应的市场壁垒可能会高于瓷砖行业。此外，玻璃项目单条产线资金投入相比瓷砖更高，同时基于产品协同及市场需求的考虑，一般需要建设多条产线，才能形成较好的规模效应及产品结构优势，从而具备较好的市场竞争力。

目前，公司在坦桑尼亚布局的两个玻璃项目，已在渠道、原材料控制等方面占据了较好的先发优势，其产能已能够满足本土及肯尼亚、乌干达等周边国家及地区的玻璃需求，另有剩余产能销售至东非以外的其它地区。

22、公司去秘鲁布局玻璃项目是基于怎样的考量？

回复：当地玻璃市场主要依赖进口产品，存在本土产能供需缺口；同时，该市场相比非洲玻璃市场更为成熟，能为该玻璃项目提供稳定的需求支撑。目前，公司已在秘鲁拥有一定的渠道、品牌等资源，秘鲁玻璃项目投产后可复用这些资源，快速切入市场。

23、请介绍一下洁具产能以及第三季度业绩情况？

回复：公司已在东非肯尼亚、西非加纳各布局一条生产线，两者设计年产能合计超 260 万件。今年第三季度，公司洁具业务产能利用率均维持在高位。同时，依托一系列降本增效举措，洁具业务盈利能力持续改善，今年前三季度已实现整体扭亏为盈，但其规模较小，对公司整体影响较小。后续，公司亦将持续优化洁具业务原料供应及生产工艺，其产能利用率及产销表现亦有望保持良好势头。

24、非洲当地洁具市场需求怎么样？

回复：结合非洲当前经济发展阶段，当地洁具需求尚处于培育期，市场对产品价格较为敏感。同时，洁具工艺较为复杂，且部分原料仍依赖进口，因此公司洁具业务盈利能力相对其他品类偏弱。但参考其他成熟市场的经验，洁具品类具备一定的品牌消费属性，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，该业务的盈利能力有望持续提升。

25、洁具和玻璃渠道同瓷砖渠道协同性强吗？

回复：洁具业务可通过复用瓷砖业务的渠道资源实现高效渗透，而玻璃业务主要面对下游深加工厂商等客户，主要复用瓷砖品牌“Twyford”进行拓展。

26、海外建材业务的未来预期如何？是否还会开展新项目？

回复：今年前三季度，受益于瓷砖、玻璃等去年及今年投产项目的产能释放以及瓷砖产品价格策略优化等多重因素，公司海外建材业务营收同比去年同期实现大幅增长。

从后续增长动力来看，除了公司新投建及在建项目产能的逐步释放和部分项目产线的技改，公司亦将持续聚焦于现有品类下的产品矩阵拓展与升级，进一步巩固业务竞争优势。同时，公司亦将密切关注各地区城镇化进程中的建材产品需求，结合现有销售渠道的可复用性、品牌属性的赋能效果等，积极寻求产能拓展与建材品类丰富的机会，推动营收目标落地。

27、公司会考虑去非洲比较小的国家布局吗？除非洲之外还会考虑哪些区域？

回复：公司会实时关注非洲目标国家及地区的需求情况，前期或通过贸易的形式先行布局，后续综合当地经济发展阶段、营商环境以及市场需求等因素逐步探讨本土化生产。此外，公司除聚焦非洲撒哈拉沙漠以南的国家及地区外，亦会逐步向南美等区域延伸拓展。

28、公司非洲建材项目的燃料替代工作怎么样了？后续生产成本方面怎么展望？

回复：在燃料端，公司部分建材项目正通过优化能源供应链管理、推进光伏及生物质燃料等配套项目，稳步降低单位燃料成本。同时，公司将持续聚焦原料优化、产线技改及生产管理系统数字化升级等方向，推进降本增效工作。

29、海外建材业务项目建设的资金需求是怎样解决的？

回复：早期建材项目的资金筹备一般通过股东出资及贷款渠道，近几年，合资公司经营情况较好，其资金筹备主要是通过盈余资金及贷款渠道解决。

鉴于非洲当地贷款利率相对较高，公司前期与世界银行旗下金融机构 IFC 达成贷款合作，并接触其他海外银团推进相关融资，因此海外建材板块存在一定规模的外币贷款，并受相关货币汇率波动影响导致公司汇兑损益波动较大。

30、请介绍一下今年海外建材业务第三季度汇兑损益情况。

回复：今年第三季度，海外建材板块合计实现汇兑收益约 1.15 亿元。该收益主要源于部分非洲本土货币的升值以及欧元的贬值，特别是坦桑尼亚货币的强劲表现，对此形成了重要贡献。

31、海外建材欧元、美元债规模是否有所减少？美国降息对此会有何影响？

回复：此前，公司海外建材板块已通过调整融资结构缩减了美元债负债规模，目前其存量已处于较低水平。同时，今年前三季度，公司海外建材板块亦偿还了部分欧元贷款，并持续开展一定额度的人民币贷款，推动了其融资结构得到一定优化。

公司与 IFC 等机构贷款成本采用基础固定利率+浮动基准利率的形式定价，随着美元、欧元等货币进入降息通道，这部分贷款成本有望持续降低。

32、公司海外建材板块在外汇管理方面有什么管理措施？

回复：在经营端，海外建材业务本土销售占比较多，一般按照当地货币结算；而出口的部分主要按照美元结算。后续，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，且会积极清理货币项目敞口、动态调整产品价格，因此这部分实际面临的汇率波动影响相对较小。此外，部分产能所在地及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，汇率比较稳定。

33、海外建材板块从非洲分红到国内有限制吗？

回复：相关路径是通畅的，前期海外建材业务板块保持稳定的分红并回流国内股东，近年来基于项目建设及并购资金需求、外部贷款规模及部分货币汇率波动较大等因素考虑，该业务板块经营资金优先用于项目建设及偿还贷款等事项。

34、公司锂电材料盈利能力怎样？后续怎么展望？

回复：公司负极材料主要面向储能领域，客户涵盖部分储能头部企业。今年前三季度，受益于公司福建二期基地的产能释放以及下游储能行业的快速发展，公司人造石墨产品前三季度销量近 7 万吨，产销均较去年同比增长超 300%，产销率亦超 90%。同时，其盈利水平相比去年同期亦有较好提升，今年前三季度实现盈利，但整体净利率相对较低。

目前，公司福建及重庆基地合计拥有 15 万吨/年人造石墨产能，后续随着负极材料产能的释放，若维持较好的产销率水平，其营收规模有望进一步提升。未来，公司仍将深耕储能等领域，并根据市场情况优化工艺及审慎进行产能布局。

35、为什么新能源装备业务营收波动比较大？

回复：公司新能源装备业务主要为清洁煤制气装备、锂电正负极材料装备等产品的生产及销售。2024 年及 2025 年前三季度，公司新能源装备业务均实现较

好增长，主要得益于清洁煤制气装备业务的增长，其主要应用于氧化铝等行业，单个订单规模较大。

36、请介绍一下蓝科锂业业绩及碳酸锂生产成本情况？

回复：今年三季度，蓝科锂业实现碳酸锂产量约 3.16 万吨、销售约 3.15 万吨；实现营业收入 19.19 亿元、净利润 6.22 亿元，为科达制造归母净利润贡献 2.71 亿元；其中第三季度对公司归母净利润贡献 1.03 亿元，环比亦有所提升。

在生产成本方面，盐湖股份向蓝科锂业提供卤水的价格与碳酸锂售价形成了动态机制，另收取盐田及采卤系统维护费，该部分亦与碳酸锂售价挂钩。但其碳酸锂生产成本始终处于市场中较低水平，保持着优异的盈利水平及竞争优势，且利润率亦会受益于碳酸锂售价的上涨而提升。

37、蓝科锂业碳酸锂产能是否还有提升空间？

回复：在产能设施整体规划方面，蓝科锂业目前暂无产能拓展计划；但其在回收率等关键指标上仍有提升潜力，后续将重点围绕产品质量精进与生产效率优化推进相关工作。

38、公司三季度投资收益除了蓝科锂业贡献外，其余主要来源？

回复：主要来自于国瓷康立泰贡献的投资收益。2023 年，公司收购了国内陶瓷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，专门布局海外墨水贸易业务，该公司由科达制造控股。在海外市场，公司将依托陶瓷机械设备的客户资源，协同推广陶瓷墨水业务；而在国内市场，公司则通过参股国瓷康立泰，分享其带来的投资收益。

39、公司现金流情况怎么样？

回复：鉴于公司当前资本开支相比前几年有所减少，同时受益于海外建材板块营收大幅增长、费用率得到有效控制等因素，今年前三季度公司整体经营现金流实现净流入 15.60 亿元，同比大幅增长，其亦为公司平衡负债率及新项目拓展方面提供了更灵活的发挥空间。

40、公司未来还有大的资本开支吗？

回复：按照已有资本开支规划，主要还是集中在海外建材业务。目前，公司仍有南美秘鲁玻璃项目建设、部分建材项目工艺提升技改等工作正在开展。陶瓷机械方面，公司仍有海外本土化的布局工作，但这些项目的资本开支相对有限。

41、公司未来分红规划是怎样的？

	回复：未来，公司会综合考虑经营情况、战略规划以及海外建材业务资本开支需求等，在优先保障经营发展的情况下，争取实现分红比例的稳健提升。 42、请介绍一下公司的应收账款情况？ 回复：负极材料板块账期相对较长，但随着产能规模的边际释放，叠加与下游企业账期机制的持续优化调整，该业务板块整体账期已有所好转。陶瓷机械板块，公司陶机设备产品基本上在发货前已取得过半款项，安装验收后会取得大部分款项；而配件耗材产品作为陶瓷生产过程中持续消耗的产品，存在有一定的账期。海外建材板块，其整体账期较短，针对一些比较大型的经销商会有一定的授信。 43、请介绍一下公司前三季度资产减值情况。 回复：今年前三季度，公司合计计提资产减值准备 1.2 亿元，主要来自于建材机械板块的应收款项减值、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，相关减值已经充分反映当期该类资产的情况；F.D.S. Ettmar 商誉减值方面，其存量商誉已经全部计提。 44、公司是否有布局其他赛道的计划呢？ 回复：现有的“百亿陶机”及“百亿建材”等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、产品品类扩充以及陶机设备通用化应用的机会。
附件清单 (如有)	无