

# 浙江信凯科技集团股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2025-002

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	朝景投资：戴阿跃 邦栋投资：张功 首泰金信：廖泽宝 深腾投资：周学兵 磐鹰基金：朱炫锋 中诚信国际：章斌杰 红瑄投资：伍春银 怀信资产：蔡玉娇 训机基金：邵泽良 嘉乾企业管理：陈嘉鸿等 秘银投资：倪臻 永禧资产：王超 星旺投资：赵海泉 中谦资产：郭留印 拓牌私募：李小鹏  个人投资者：毕一波、王杰、郑人俸、滕金校、吴志军、徐源、刘娇、王振等
时间	2025年12月11日 14：00
地点	同花顺总部大楼会议室
上市公司接待人员	董事兼财务总监 刘建兵 董事会秘书 黄涛 证券事务代表 杨沁桦
投资者关系活动主要内容介绍	一、 公司基本情况介绍 二、 投资者提出的问题及公司回复情况  1. 辽宁信凯紫源新材料有限公司的投产及后续达产情况？ 答：辽宁信凯紫源新材料有限公司按照国家最新的安全规范设计，采用全流程微通道工艺。目前工厂正处于试生产阶段，预计试产将持续一年左右。由于新工艺在产品生产上属于全新挑

战，因此工厂会花费较长的时间将所有流程及各个产品型号从技术和生产环节走通。工厂达产时间受市场需求影响、产品市场竞争力等多方面因素影响，一般而言，化工企业达产周期约为正式投产后2-3年，但实际的达产实现情况较难准确预测。

**2. 公司销售业务遍布全球，并且以出口为主，国际形势与贸易战对公司有没有影响？**

**答：**自美国总统特朗普上任后，国际发生的贸易摩擦延续至今，期间中国制造商通过降低成本、走出去布局海外等方式的积极应对，目前已经努力淡化贸易战造成的负面影响。同时，由于中国制造在全球供应链中扮演着重要角色，在海外市场中，来自于中国制造的产品占比较大，其中很多产品具备不可取代性。因此，即使有贸易壁垒等影响，海外客户仍然需要采购来自于中国的产品。公司能够通过价格调整机制将大部分新增成本传导至下游客户，对公司经营造成的影响有限。

**3. 公司的研发费用较国内同行相比较少，主要是什么原因？**

**答：**相较同行业的其他上市公司，公司的研发费用较低，主要是由于研发模式和研发方向的差异。同行业其他上市企业是以生产制造为主，因此从技术研发、小试中试过程、生产研发设备、原料、人员工资等方面均有较高支出。而公司的研发更侧重于产品开发、应用开发以及产品定制化服务，研发费用更多的是实验室阶段的技术投入成本及人员费用；随着公司自有制造基地及未来研发中心的投入使用，公司的研发费用预计将有一定幅度的增长。

**4. 公司所称的中高端产品，是怎么划分的？从专利还是其它方面？中高端和中低端的差距是什么？**

**答：**有机颜料行业作为一个发展多年的工业细分行业，过去国外大企业通过专利垄断的方式目前已不普遍。从应用场景和客户需求来看，通常的中高端产品是指在应用场景中对某些特定应用性能的要求，比如，塑料加工过程中的耐高温性能、原厂汽车漆涂料中对于耐候、耐晒等要求、部分食品接触应用中有有害物质的析出和残留极值等；这些应用要求的差异导致用户只能选择特定的有机颜料产品，这就决定了需要通过更为复杂、成本更高的工艺来实现其应用要求。因此，通常中高端产品所使用的原材料、制造工艺、生产流程等需要更高的成本支撑；这些产品相对而言也具有高成本、高附加值和高技术含量的特点。反之，中低端产品的性能要求相对较低，更加看重产品的性价比和成本控制，因此相对的利润空间较低。

**5. 公司的自建工厂选址辽宁锦州是处于什么考虑？**

**答：**公司在发展过程中，公司实控人曾经投资位于江苏连云港的酸性染料制造企业，后因化工园区调整，企业需要进行搬迁；同时，公司考虑自身发展，计划建设自有生产基地。在国内多个化工园区进行考察后，综合当地产业政策、能源成本、交

	<p>通便利性、人工成本等多方面因素，最终选址辽宁省锦州市滨海新区作为公司两个制造基地的所在地。目前投建有辽宁信凯实业有限公司（生产偶氮染颜料）和辽宁信凯紫源新材料有限公司（生产永固紫产品）两个控股子公司。</p> <p><b>6. 海外的销售网络是公司的优势吗？</b></p> <p><b>答：</b>公司的主要收入来源是海外市场，2025年上半年，海外业务占比约为87%，经过海外市场公司近30年的布局，业务已经覆盖70余个国家和地区；在海外网络布局过程中，公司结合海外市场客户对有机颜料的需求特点，进行有针对性的布局：（1）公司在海外主要市场中采用子公司销售的方式，在海外成立了7个子公司，均聘请了当地专业的销售人员进行高效的对接与服务；（2）针对客户需求的不确定性及时供应问题，我们在有机颜料主要销售区域设置了仓储物流中心，能及时响应客户需求；（3）针对客户不同应用领域不同需求的特点，公司采用技术服务与产品销售紧密结合的方式，从客户需求到产品开发定制、性能改进等都能进行无缝连接和服务，极大增加了客户粘性。</p> <p>海外销售网络的优势也是公司能稳居近10年有机颜料行业出口第一名的原因之一。</p> <p><b>7. 高端汽车涂料市场的情况，以及公司在此领域的情况？</b></p> <p><b>答：</b>据中国涂料工业专业财经媒体《涂界》的数据，全球汽车涂料市场规模约240亿美元，分为OEM原厂漆和修补漆两部分，OEM原厂漆全球容量在130亿美元左右。目前全球汽车涂料市场主要由国外巨头所垄断，如PPG、巴斯夫（BASF）、艾仕得等企业，中国品牌的市占率较低。与此情况相似的是中国有机颜料行业在此领域中的市场份额也比较低，目前该市场的供应主要由海外巨头所控制。公司在此领域有销售，但规模较全球龙头企业仍有较大距离，高端应用领域也是公司技术研发的主要方向。作为目前中国最大的有机颜料出口企业，公司致力于推动民族品牌全球化，通过技术突破打破海外垄断，实现国产替代，这也是公司创新研发战略的重要方向。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	不涉及。
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无。