



### **1、公司未来的战略规划重点投向哪些方面？**

公司除正在建设的连云港 3 万吨项目外，将继续从以下几个方面发力：一是，加大在基础研究和应用开发上的投入，突破更高级别碳纤维研发，开拓碳纤维在国家重大工程、医疗健康等更广阔领域的应用。二是，重点扩大高端产品的产能，特别是 M 系列高模碳纤维以及 T1100、T1200 级别的高强高模产品，持续夯实公司核心盈利力量。三是，积极布局绿色能源投资，例如建设屋顶光伏，以降低生产过程中的碳足迹。四是，持续强化在环保治理和安全生产方面的投入，奠定可持续发展基础。

### **2、公司在风电领域的业务情况与未来策略？**

2025 年，公司持续深耕风电领域，核心产品成功应用于全球最大 26MW 风机（153 米风电叶片）。全年实现风电领域销量同比增长超 140%，国内市场占有率提升至 20%。同时，推出的第二代风电专用 SYT45F-48K 低成本高压压缩应变大丝束碳纤维，性能较第一代提升 10%以上，可帮助客户节省近 10%碳板用量。

展望 2026 年，风电叶片大型化趋势将带动碳纤维渗透率持续提升，公司将持续推进风电用碳纤维技术迭代，依托第二代风电专用产品及产业链协同优势，进一步扩大风电市场份额。

### **3、公司未来的出海战略？**

公司深耕海外市场多年，以欧洲市场为核心枢纽，深度渗透汽车、工业机械、压力容器、体育休闲等重点应用领域，聚焦德国、意大利、法国、英国等碳纤维传统成熟市场，同步抢抓越南、土耳其、韩国等亚太新兴市场机遇，构建了“欧洲为主、亚太多点支撑”的多元化海外市场格局。

为了更贴近与更好地服务客户，公司始终坚持“技术先行、产品创新、服务升级、长期共赢”的核心策略，持续加快海外子公司布局，通过赋能产品创新、完善服务体系、健全售后保障，与核心客户携手构建长期战略合作关系。

**4、公司 2025 年的产品销售结构如何？对 2026 年的销量有什么样的目标？**

2025年，公司产品销售结构持续优化，新能源领域（含压力容器、风电叶片、光伏）合计销量占比超50%，体育休闲领域占比超30%，其他领域占比近20%。对于2026年，公司将继续坚持“高端化、多元化”发展战略，在稳固压力容器、体育休闲、风电三大核心业务基本盘的基础上，重点开拓新兴应用市场，持续优化产品出货结构。目前，公司在手订单充裕，为目标的达成提供了坚实基础。

**5、公司高端产品（如高模高强系列）竞争力非常突出，能否详细介绍其优势和发展前景？**

公司高端产品矩阵涵盖M系列高模碳纤维及T1000、T1100及以上级别高强碳纤维，技术壁垒高，主要面向航空航天、高端体育等关键领域。公司在该领域的核心优势主要体现在两方面：一是拥有完备的技术储备与规模化产业能力，可稳定供应M40、M40J、M46J、M50J、M55J、M60J级等高模碳纤维产品及M40X、M46X、M50X、M55X级等高强高模高韧碳纤维产品；二是产品历经市场长期严苛验证，获得下游客户高度认可。同时，依托下游高端应用领域的旺盛需求拉动，公司M系列与T1000级以上高端碳纤维持续供不应求。

未来，公司将在高端碳纤维领域持续推进技术突破，凭借长期技术积淀与规模化优势，不断强化核心竞争优势、巩固市场领先地位，为盈利水平持续提升奠定坚实基础。

**6、近期国际油价波动影响原材料丙烯腈价格，公司如何应对成本压力？**

近期全球宏观环境复杂多变，公司始终保持清醒认识并做好了成本应对预案：一是采购与供应链端。公司已与主要供应商建立了长期稳定的战略合作关系，通过长协与集中采购提升议价能力、优化库存管理，有效保障供应稳定，进一步增强供应链韧性和弹性；二是技术与生产端。推行“增节降”工作法，实现运营质效双提升，持续优化工艺降低单耗，提升良品率，以满产满销摊薄固定成本，同时推进智能制造来降本增效；三是产品与市场端。聚焦商业航天、低空经济等高增长下游领域实现规模放量，结合全年销售策略优化产品结构，加大高附加值产品销售比重，持续推出高

	<p>性价比新品，通过差异化定价稳定盈利水平，缓解成本压力；四是管理与运营端。强化“价本利”动态分析，持续压降“两金”和严控管理费用，多措并举推动成本下降。</p> <p>接待过程中，公司与投资者进行了充分的交流与沟通，并严格按照公司《信息披露管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，没有出现未公开重大信息披露等情况。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>