

证券代码：600499

证券简称：科达制造

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	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（线上）
时间	2026年5月8日
参与对象	通过线上参与公司2025年度暨2026年第一季度业绩说明会的全体投资者
地点	上证路演中心（ http://roadshow.sseinfo.com/ ）网络互动
上市公司 接待人员	董事长 边程；董事、总经理 杨学先；独立董事 李松玉； 董事会秘书 彭琦；财务负责人 罗麟
投资者关系 活动主要内 容记录	<p>1、公司今年是否设置了业绩目标？</p> <p>回复：继2025年实现了173.89亿营收后，公司结合经营规划及业务所属行业发展趋势等情况，制定了2026年195亿元的营收目标，并已于2025年年度报告中披露。今年一季度，公司实现营收47.27亿元，同比增长25.48%。分业务来看，海外建材业务方面，其2026年一季度业务规模持续提升，再创历史同期新高，鉴于2025年年中投产的科特迪瓦及肯尼亚伊新亚陶瓷项目预计将于2026年实现产能全面释放，以及南美秘鲁玻璃项目等将于2026年建成投产，叠加现有产线技改，公司2026年建材产品的产销量有望进一步提升，进而为业务增长贡献增量。陶瓷机械业务方面，尽管行业形势整体趋紧，但该业务2026年一季度营收保持稳健发展，接单有所提升，预计随着未来中东冲突的影响逐步消减或结束，部分地区的投资需求有望得到恢复或提升，公司亦将积极开展海外市场及配件耗材服务的拓展，实现该业务的稳步发展。锂电材料业务方面，2026年一季度该业务规模持续攀升，目前已基本具备15万吨/年人造石墨产能，随着其产能的完整释放，预计将带动公司人造石墨产品产销量的提升，进而推动业务的持续增长。此外，本期公司新能源装备业务的接单量持续提升，亦有望为公司营收增长贡献增量，公司亦将支持智慧能源等培育业务的发展，助力公司完成年度经营目标。</p>

2、陶瓷机械业务未来恢复增长的路径是什么？

回复：近年来，陶瓷机械行业受全球宏观经济环境及房地产周期等影响，行业整体有所承压。今年以来，叠加地缘冲突等外部因素扰动，部分陶机市场亦受到了阶段性影响，为行业复苏或带来一定压力。但从中长期维度来看，国内市场方面，2025年陶瓷砖产量仍维持48.6亿平方米的规模（数据来源于中国建筑卫生陶瓷协会），同时国家持续出台政策，推动陶瓷行业淘汰落后产能、加快绿色化与智能化升级，行业发展逻辑逐步由规模扩张转向高质量发展。因此，国内市场仍存在着行业技术更新、老旧产线迭代等投资需求。与此同时，陶瓷行业集中度持续提升，行业洗牌整合加速，头部集聚效应凸显。公司作为国内陶瓷机械领域龙头，行业领先优势稳固。海外市场方面，以科达为代表的中国陶瓷装备及智造模式，正成为全球陶瓷行业转型主流方向，全球很多地区正在加速对标中国成熟陶瓷生产制造体系。而凭借技术、成本、配套服务等综合性优势，公司2026年一季度陶瓷机械接单实现逆势增长，核心竞争力及全球市场份额保持稳健提升。因此，不管是增量市场拓展，还是存量市场改造升级，都或为公司陶瓷机械业务长期高质量发展带来可持续的发展空间。此外，公司亦将持续通过完善全球销售网络来推进配件耗材与陶机的协同发展，进一步推进“全方位陶瓷生产服务商”转型；通过压机、窑炉等陶瓷机械核心设备通用化领域的延伸，持续为业务贡献增量。

3、公司在建的建材项目大概什么时候可以投产？

回复：瓷砖业务方面，截至目前，公司已投产瓷砖年产能约2亿平方米。现有规划项目中，科特迪瓦二期及肯尼亚基苏木二期项目预计于2026年底或2027年初投产；同时，公司在非洲布局产能的第八个国家几内亚，规划建设2条陶瓷产线，预计2027年投产。若上述项目投产后，公司将拥有瓷砖年产能合计约2.5亿平方米。玻璃业务方面，公司南美秘鲁玻璃项目规划年产能约20万吨，预计2026年投产；加纳玻璃项目规划年产能约20万吨，预计2027年下半年投产。随着上述相关项目产能爬坡与释放，公司玻璃产能将有显著增长。洁具业务方面，随着生产管理经验的不断优化以及非洲当地市场需求的培育，公司将综合多方面考虑优化产能布局。此外，公司仍会持续贯彻“填空”的市场拓展策略，积极寻找本土产能供需存在缺口的空白市场；同时在已有产能区域，将根据当地市场需求情况通过产线扩建、收并购以及产品迭代升级等方式，保障公司产品产能布局

与市场需求的精准适配。

4、当前公司配件耗材业务发展如何？未来增速能达多少？

回复：2025 年以及 2026 年一季度，公司配件耗材业务营收均较上年同期实现稳健增长。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，而目前公司的配件耗材业务规模及市场占有率均相对于陶瓷机械设备业务有限，仍有较大的提升空间。目前，公司正持续推进配件耗材业务全球本土化服务体系布局，已于 2025 年完成了土耳其生产基地 KAMI 墨水工厂及配件耗材车间的建设。未来，公司将努力支持配件耗材业务的高质量、可持续发展。

5、听说公司人造石墨产能还会继续扩建？

回复：受益于储能等下游行业景气度提高，加之公司与部分储能下游客户达成较为稳固的合作关系，当前负极材料订单较为饱和。因此，公司紧抓市场发展机遇，正持续推进产能扩建与产线优化，相关技改完成后，负极材料人造石墨一体化产能将由 15 万吨/年提升至 18 万吨/年。

6、非洲建材还有多少发展空间？

回复：相较于成熟经济体或发达国家，非洲城镇化与房地产行业整体还处于早期阶段，居民住宅供给以自建房为主。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，且大规模商业住宅、商业写字楼及公共建设等亦正在稳步发展。同时，公司布局的撒哈拉沙漠以南目标区域，相比非洲其他区域的城镇化及人均瓷砖消费水平更低；部分地区如坦桑尼亚、肯尼亚等地区的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，建材市场需求仍有较好的发展空间。目前，公司正持续从产品、渠道以及品牌等方面持续巩固核心竞争，以精准把握及挖掘非洲建材行业发展红利以及市场增长空间。

7、公司分红后面会提升到多少比例？

回复：公司坚持长期价值回报，根据 2025 年度分红方案，公司拟向全体股东每 10 股派发现金红利 3.00 元（含税），合计拟分红约 5.72 亿元，现金分红占当期归母净利润比例达 43.68%，分红比例较上年同期进一步提高。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。

8、公司的资产重组项目大概什么时候可以完成？

回复：本次资产重组项目已经公司董事会、股东会审议通过，尚需获得上海证券交易所、中国证监会注册同意，待完成相关主管部门的批准、审核通过或同意注册后，公司才可实施。当前上述时间存在不确定性，公司会及时跟进相关审批，并积极推进项目的落实。

9、公司今年一季度汇兑损失多少？有何解决办法？

回复：2026年一季度公司产生汇兑损失，对公司归母净利润影响约1亿元。近年来，公司产生的汇兑损益波动，主要源于海外建材业务相关贷款主体的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。公司目前仍持有较大规模欧元借款，相关借款主体以美元作为记账本位币；同时，坦桑尼亚、秘鲁等玻璃项目亦存在内部美元借款。今年一季度，受地缘政治等因素影响，坦桑尼亚、秘鲁等地区非美货币出现一定幅度贬值，导致公司海外建材业务产生汇兑损失。不过，欧元外币借款产生的汇兑影响，与上述损失形成了一定对冲效应。后续，公司将持续优化海外建材业务的外债规模与融资结构，进一步降低汇率波动带来的风险。而在经营端，公司出口的部分主要按照美元结算，而本土销售收取的当地货币除了保留维持日常运营所需部分外，其余都会尽量换成美元或欧元。且在汇率波动时，会动态调整产品价格。

10、公司重组项目完成后，股权结构和治理方面主要会有哪些变化？

回复：在本次发行股份购买资产事项完成后（不考虑募集配套资金），森大集团及其一致行动人将成为公司第二大股东，上市公司与森大集团的战略协同将进一步深化。在治理及内部管理方面，森大集团的实控人沈延昌先生将继续深度参与公司海外建材业务管理，并助力公司其他海外业务的拓展，以及未来新增协同业务的推进；此外，特福国际成为公司全资子公司后，海外建材业务的治理架构及内部管理流程亦将持续得到完善及优化。

11、今年二季度蓝科锂业销售均价怎么样？

回复：蓝科锂业碳酸锂销售价格随行就市，2026年一季度，其碳酸锂销售均价与市场行情趋势基本贴近。进入第二季度以来，碳酸锂期货市场价格稳中略升，若其价格后续依旧维持较好水平运行，有望为公司利润端带来较好贡献。

12、请介绍一下公司建材业务新品类情况？

回复：目前，公司正持续依托于成熟的渠道及品牌等资源，推进“主营建材品类+配套辅材”的协同发展。同时，今年以来，公司亦在培育新的业务品类，

	<p>但鉴于该业务尚处于培育期，其体量相对较小。后续，公司将根据当地经济发展水平以及城镇化发展阶段，持续观察各地区建材产品需求，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。</p> <p>13、公司发展非常好，非常不错，可以展望下公司未来各个细分领域发展战略吗？</p> <p>回复：公司主要有陶瓷机械、海外建材两大核心业务。在陶瓷机械板块，我们将持续推进全球营销网络及本土化服务体系建设，并通过“装备+配件耗材+服务”的组合纵向延伸服务链条，深度赋能陶瓷生产全周期的稳定运行，打造“全球建筑陶瓷生产服务商”；在稳固发展传统优势陶机主业的基础上，公司亦将积极探索核心技术和能力的外延应用，持续丰富产品矩阵，提升公司核心竞争力。在海外建材板块，我们将坚定贯彻“大建材”战略，依托“陶瓷+玻璃+洁具”的多元业务架构，持续优化产能布局及拓展产品品类，打造具备国际竞争力的海外大型建材集团。与此同时，公司将积极支持锂电材料、新能源装备等培育业务的发展。</p> <p>14、公司瓷砖的价格又上涨了吗？</p> <p>回复：今年一季度，公司瓷砖均价在去年的基础上有所上涨，从终端市场来看，其市场接受度良好，整体均价亦保持稳健态势。</p>
附件清单 (如有)	无