

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	2026 年 7 月
接待对象	光大证券、国金证券、南方基金、平安基金、浦银安盛基金、慎知资产、西部利得基金、浙商证券；参与中国银河证券、广东上市公司协会、广东证券期货协会组织的“走进上市公司”活动的 20 位投资者
地点	科达制造总部大楼
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、公司情况介绍 经财务部门初步测算，2026 年上半年，科达制造预计实现归母净利润 12.60-13.60 亿元，同比增长 69.11-82.53%；扣非净利润 12.78-13.78 亿元，同比增长 82.60-96.89%。综合来看，公司第二季度净利润较第一季度实现环比增长。 具体从业务来看，海外建材业务方面，受益于去年下半年投产的建材项目产能释放，以及今年上半年部分建材产品均价较去年同期实现一定提升，业务板块整体呈现量价齐升的良好态势，营收及净利润均同比实现较好增长。陶瓷机械业务方面，在海外市场拓展及配件耗材服务协同推进下，整体保持平稳发展态势。锂电材料及新能源装备业务方面，公司锂电材料业务在市场需求支撑及产能优化推动下，产销量实现同比提升，盈利水平实现较好改善。同期，公司新能源装备业务亦保持稳健增长。投资业务方面，参股公司蓝科锂业受碳酸锂价格上涨驱动，净利润同比实现较大幅度增长，公司据此确认的投资收益较上年同期亦实现较好增长。 上述业绩预告数据未经年审会计师审计仅为初步核算数据，具体准确的财务数据以公司正式披露的 2026 年半年度报告为准。 二、问答

1、公司 2026 年第二季度的汇兑损益情况如何？

回复：2026 年第二季度，公司汇兑损益情况较第一季度实现一定改善。

2、公司各业务板块的营收构成与占比情况如何？

回复：2025 年，公司实现营收 173.89 亿元。具体来看，海外建材业务实现营收 81.85 亿元，已跃升至公司第一大营收板块，占比达 47%；建材机械业务实现营收 51.44 亿元，占比约 30%，业务涵盖陶瓷机械、石材机械以及墙材机械等产品，其中陶瓷机械产品为该板块主要构成；锂电材料与新能源装备业务合计实现营收 35.96 亿元，占比约 21%。结合 2026 年上半年经营表现，海外建材业务及锂电材料等业务保持较好增长，其业务规模以及占比有望实现进一步提升。

3、公司 2026 年上半年陶瓷机械经营情况如何？如何展望利润率水平？

回复：今年上半年，公司陶瓷机械业务在海外市场拓展及配件耗材服务协同推进下，整体保持平稳发展态势。2025 年，公司陶瓷机械业务营收及接单整体保持平稳；但受股权激励计提的股份支付费用、资产减值以及欧洲子公司经营亏损等影响，净利率有所下滑。目前，公司正持续通过管理变革以及优化商业模式等措施，提升意大利子公司经营水平及产品竞争力；同时亦会对订单合作机会进行风险评估，努力推动陶机业务利润率恢复至往年较好水平。

4、请介绍一下公司陶瓷机械业务一季度情况以及海外业务占比？

回复：今年一季度，受益于海外地区以及配件耗材业务增长驱动，公司陶瓷机械业务营收及接单均同比实现稳健增长，为全年经营奠定良好的开局基础。其中地区占比方面，公司陶瓷机械业务海外营收占比超 70%，海外订单占比近 60%，海外收入及订单主要来自于东南亚、南亚等区域。

5、公司陶瓷机械业务的服务网络铺设情况如何？

回复：公司正持续通过海外基地及配件仓建设、海外子公司和办事处设立以及服务网点拓展等措施，缩短服务半径、加快响应速度，提高应对全球主要陶瓷产区市场变化的灵活性。截至 2026 年一季度末，公司陶瓷机械业务已在意大利、印度、越南等海外国家设立子公司，全球服务网点超 120 个。

6、公司陶瓷机械设备产品主要在国内生产吗？竞争优势如何？

回复：公司陶瓷机械设备主要在国内生产，是亚洲地区具备建筑陶瓷机械整厂整线设备及服务供应能力的企业，综合实力位居亚洲第一、世界第二。历经多年的行业发展及充分竞争，陶瓷机械行业呈现集中度提升的趋势，市场份额向头部企业聚集。

目前，公司的竞争对手主要为一家来自意大利的陶瓷机械企业。在产品技术层面，近年来公司通过软硬件设施投入、产业链收并购等措施，显著提升了陶机产品质量与性能，已与意大利竞争对手差距不大。在产品价格方面，依托中国在产业配套、原材料采购等方面的优势，公司陶机产品拥有较高的性价比。在市场份额方面，公司在国内市场，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；而在欧美等高端市场市占率相对较低，其主要以意大利设备为主。

7、公司配件耗材业务毛利率情况如何？

回复：近两年，公司配件耗材业务规模虽然整体仍维持较好的增长趋势，但受市场推广让利、行业竞争加剧以及原材料上涨等影响，其整体利润率有所承压。不过从细分品类来看，部分耗材产品的毛利率依旧高于陶瓷机械设备业务。

配件耗材全球市场规模相较陶机设备更为广阔，但相较于陶机设备行业头部企业占据主要份额的竞争格局，其市场集中度较低、竞争格局较为分散，因此公司配件耗材业务规模及市场渗透率仍有较大的提升空间。后续，依托于公司陶瓷机械设备端的客户资源、行业影响力以及产品适配等优势，公司将进一步挖掘配件耗材市场增量空间。

8、中东冲突对公司陶瓷机械业务的影响怎么样？

回复：今年一季度，公司陶瓷机械业务中东区域接单占整体订单比重不足15%，该地区业务实现稳健发展。中东地缘局势或将影响该区域订单安装交付及新增订单节奏，同时其区域海运费成本亦会有所上涨。后续，如中东冲突缓和或结束，部分负面影响亦有望逐步消减或结束，部分地区的投资需求有望得到恢复或提升。

9、如何展望公司陶瓷机械业务的发展？

回复：受国内房地产行业周期调整影响，陶瓷机械行业整体规模承压，公司陶瓷机械业务国内营收占比亦处于下降趋势。但从国内陶瓷市场规模来看，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。同时，国内陶瓷行业整体已处于周期底部阶段，希望随着下游低端及落后产能逐步淘汰、客户投资信心和计划逐步恢复，陶机产品需求能够逐步企稳回暖。后续，公司亦将持续推进陶瓷机械业务全球化布局，希望通过覆盖更多海外地区，拓展包括欧美等高端陶机在内的市场，以平滑

行业周期的波动。

同时，公司亦将持续通过全球销售网络来推进配件耗材与陶机的协同发展，持续提升配件耗材业务渗透率，进一步推进“全方位陶瓷生产服务商”定位。近年来，公司配件耗材业务整体呈现较好增长的趋势，至 2025 年，其订单规模占陶瓷机械业务比重已达 25%。

此外，公司亦通过压机、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。2025 年，该业务全年接单金额达 5 亿元。其中，发展较好的铝型材挤压机业务已应用于建材、汽车、光伏以及稀土等行业，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，且整体水平已在部分领域处于国内前列。同时，鉴于铝型材挤压机通用化程度较高，并存在配件耗材需求，该业务市场空间相比传统陶瓷压机更为广阔。目前，公司亦正持续从单机设备向整线装备拓展，未来有望为公司贡献业务增量。

10、请介绍一下公司海外建材业务 2026 年上半年业绩？

回复：2026 年上半年，公司海外建材业务受益于前期投产项目产能持续释放以及产品价格维持较好水平，营业收入及净利润同比实现较好增长，盈利能力持续增强。同期，公司海外建材业务各品类产销率亦保持较高水平，产销两旺，其中非洲瓷砖市场本土竞争仍保持较为良性的态势。

11、请介绍一下公司海外建材业务的未来增长预期？

回复：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 年实现产能完整释放，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，2026 年公司建材产品的产销量有望进一步提升；同时叠加公司瓷砖等产品今年上半年均价亦较去年同期实现一定提升，因此公司海外建材业务 2026 年有望延续增长态势。

除上述产能之外，现有产能规划中，瓷砖方面，公司科特迪瓦二期及肯尼亚基苏木二期项目预计于 2026 年底投产；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，争取 2027 年投产。若上述项目投产后，公司瓷砖年产能将由约 2 亿平方米跃升至 2.5 亿平方米，瓷砖产能规模位居全球陶瓷企业前列。玻璃方面，公司仍有加纳玻璃项目在建中，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。洁具方面，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。后续，公司将综合市场情况、产品竞争力等，择

机优化洁具品类产能布局。

长期来看，在产能布局方面，依托于海外建材业务稳健良好的现金流，公司将持续贯彻“填空”的市场拓展策略，积极寻找非洲本土产能供需存在缺口的空白市场，构筑先发“卡位”优势；同时在已有本土产能区域，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，保障公司产能布局与市场需求的精准适配。在品类拓展方面，公司将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；同时根据当地经济发展水平以及城镇化发展阶段，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；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，公司亦会持续关注南美地区的产能布局和市场拓展机会。

12、公司海外建材业务整体及各品类毛利率怎么样？

回复：2025 年，公司海外建材业务实现毛利率 35.26%；今年一季度海外建材业务利润率依旧保持较好水平，若剔除汇兑损失，盈利表现则更为亮眼。其中，瓷砖业务整体毛利率要高于玻璃以及洁具业务。

13、请介绍一下公司海外建材业务瓷砖价格走势？怎么展望后续价格？

回复：自 2024 年下半年以来，随着公司与市场的有效沟通以及各方产销的调节，非洲当地瓷砖市场竞争逐步回归良性、理性轨道，公司瓷砖产品均价开始企稳回升。同时，部分地区相关税费的提升，亦对公司建材产品的当地销售以及提价产生了一定正面影响。因此，2025 年其均价较上年同期实现较好上涨。今年一季度，公司瓷砖业务产品均价较去年四季度有所上涨，且公司瓷砖产品提价后的市场接受度较好。步入二季度，公司瓷砖产品均价亦保持稳健态势。

公司瓷砖产品调价需综合当地市场需求、消费水平以及竞争情况等进行考量，优先保证瓷砖产品产销率以及市场份额稳定。长期来看，非洲建材市场具备消费升级和市场规模扩张的潜力，后续随着公司中高端品牌及大规格产品的市场渗透率持续提升，预计将为公司瓷砖均价提供一定支撑。公司亦将持续通过实时跟踪区域市场供需变化、市场接受度及进口产品价格动态等，确保价格合理调整。

14、公司瓷砖产品价格与来自非洲以外的进口竞品相比如何？

回复：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，形成具备竞争力的合理价差，在性价比方面具备一定优势。因此，在公司产能所在区域，非洲以外产地的进口瓷砖份额

有限，主要满足一些差异化的需求；剔除上述进口产品后，本土产能与终端需求基本匹配，市场供需格局相对平衡。

15、请介绍一下公司大规格瓷砖产能及均价情况？后续产能规划如何？

回复：目前，公司大规格瓷砖均价要高于公司瓷砖业务整体均价。但受当地经济发展水平与消费能力限制，非洲城镇化与房地产行业整体处于早期阶段，当地居民住宅供给以自建房为主，非洲瓷砖需求端集中于小规格产品，尚未形成足以支撑大规格瓷砖大规模产能建设的市场基础与规模效应。因此，公司大规格瓷砖产能占比仍相对有限。

当前，公司肯尼亚伊新亚陶瓷项目以及赞比亚陶瓷项目部分产能安排生产规格较大的中高端瓷砖，以及在建的肯尼亚基苏木二期项目等投产后，亦将增加公司大规格瓷砖的产能，目标进一步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。后续，随着公司瓷砖产品矩阵的完善以及升级，亦将对公司瓷砖产品均价及利润率产生一定支撑。

16、公司瓷砖业务在非洲当地的市场占有率是多少？

回复：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超 1.7 亿 m²，2025 年销量进一步提升至 2 亿 m²。因此，公司在撒哈拉沙漠以南的目标瓷砖市场整体市占率较为不错，其中在产能所在地的市占率较高。

17、公司瓷砖业务是否存在新进本土竞争对手的风险？

回复：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。公司海外建材业务合作伙伴森大集团自 2004 年起深耕非洲贸易市场，合资公司则于 2016 年起正式在非洲建厂。依托多年的积累，目前公司除已形成资金及融资、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，截至 2025 年底已拓展 600 余家品牌专卖店；同时亦通过强化上游供应链控制，在部分区域生产制造方面也具有一定的成本优势。

此外，当前非洲瓷砖市场需求虽然维持着较好的自然增长水平，但整体发展速度相较于国内高速发展时期要平缓。且非洲单一国家市场容量较小，当地瓷砖整体供需趋于平衡，市场竞争格局逐步稳定，当前能够支撑本土建厂的市场机会已相对稀缺或尚未成熟，比较考验本土已有产能的渠道分销及市场调节等能力。

同时，瓷砖产品具有一定的销售半径，而公司瓷砖业务遍布多个国家和地区，不依赖于单一市场。即便个别国家或区域出现新的本土竞争对手，其影响也主要局限于当地工厂，对公司整体业务的冲击相对有限。同时，公司依托于跨区域布局与规模化优势，在特定市场的销售策略亦有一定的灵活调整空间。目前，公司亦借助经销商数字管理系统等，能够快速掌握市场动态，从而动态调整销售策略。

18、怎么展望非洲瓷砖市场的长远空间？

回复：近年来，非洲建材市场虽然不如中国早期发展那么快，但整体维持着较好的自然增长水平。具体来看，在消费者群体方面，非洲整体人口增速快于全球平均水平，且人口结构比较年轻，拥有一定人口红利。同时，据联合国预测，未来非洲的城市人口规模将持续扩张，至 2054 年仅撒哈拉以南地区人口规模就有望达到 22 亿人。在人均消费水平方面，非洲地区整体城镇化率及人均瓷砖消费水平相较其他成熟市场较低，其中公司重点布局的撒哈拉以南区域，相关指标在非洲范围内则处于更低水平。目前，非洲当地大规模商业住宅、商业写字楼及公共建设等正在稳步发展。同时，随着各方对非洲大陆的投资，助推当地产业升级与经济增长，或将拉动基建建设持续落地，催生建材市场需求。因此，公司目标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。

19、公司玻璃业务经营情况如何？

回复：今年一季度，公司玻璃业务利润率实现较好提升，其主要受益于东非区域的销售规模提升，以及销售产品白玻、色玻结构的变化。其中，东非区域本土销售毛利率要高于其他地区。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，进而推动产品整体均价提升；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。

20、公司玻璃业务今年是否会有所增量？

回复：2025 年，公司玻璃业务产能整体利用率稳健爬坡。步入 2026 年一季度，公司玻璃业务产能利用率及产销率均较去年全年整体进一步提升，达到较高水平。若后续公司现有产能利用率及产销率维持较好水平，叠加南美秘鲁玻璃项目等将于今年下半年投产，公司玻璃业务有望保持一定的增长。

21、非洲当地玻璃市场需求怎么样？

回复：鉴于非洲当地房地产行业起步较晚、城镇化水平偏低，当地玻璃市场尚处于培育阶段，需求量级较小且渗透率较低，应用场景主要集中在商业及中高

端住宅领域，尚有一定的市场渗透以及需求释放空间，成长周期较长。目前，东非成规模体量的本土玻璃项目只有公司投产及并购的坦桑尼亚玻璃项目，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，另有剩余产能需要销售至东非以外的其它地区来消化。

22、怎么展望秘鲁以及加纳玻璃项目投产后的利润率水平？

回复：鉴于上述玻璃项目投产后尚需经历产能爬坡与市场导入阶段，预计短期内将会对公司玻璃业务整体利润水平产生一定影响。由于公司或海外建材合作伙伴森大集团在筹备该项目之前通过贸易的形式，已在当地积累了一定渠道及品牌等资源，预计上述玻璃项目投产后能够复用这些资源，快速接入市场。后续，待项目运营逐步迈入成熟期后，公司将力争其盈利水平达到较好水平。

23、公司洁具业务经营情况如何？

回复：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，公司洁具业务自 2025 年以来已实现明显改善，并于 2025 年及今年一季度实现盈利，同期产能利用率亦提升至较高水平。鉴于非洲本地市场现阶段对洁具产品需求规模有限、价格敏感度偏高，公司洁具业务利润率相较其他主要建材品类仍存在差距。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，以及公司持续对洁具品牌的培育与推广，该业务的盈利能力有望持续改善。

24、公司海外建材业务销售是通过森大集团的渠道吗？

回复：公司设立了海外建材业务的二级总部特福国际，已将双方建材业务的人员、渠道以及商标等整合至特福国际体系。前期，针对少数市场需求尚未成熟、经营存在一定不确定性的区域，短期暂时由具备丰富贸易经验的森大集团，作为公司海外建材业务“市场拓荒者”角色进行市场拓展。待相关区域渠道建设成熟后，建材相关渠道资源会移交特福国际体系。当前，海外建材业务的建筑陶瓷相关渠道资源已移交完毕，仅有西非地区的玻璃建材业务则待加纳浮法玻璃项目建成投产后完成移交。

25、中东冲突对公司海外建材业务以及非洲以外进口产品生产成本影响如何？

回复：自此次中东冲突爆发以来，来自非洲以外的部分进口对手受能源供应紧张、价格攀升以及航线运费上涨等影响，推高了其瓷砖、洁具等产品的成本与终端价格，对其在非洲部分区域的市场竞争力及份额有所影响。

而公司海外建材业务能源结构中，天然气、煤炭等占比较高，柴油、汽油以及重油等石油制品相对较小。其中坦桑尼亚玻璃项目依托当地充沛的天然气资源，生产用气均就地采购，近期采购价格保持平稳。其他建材项目亦结合区域资源条件，综合成本考量使用煤炭、天然气等能源。鉴于公司海外建材产品周转率较高，公司已根据产销节奏在原料及能源方面建立一定的储备。此外，公司将结合各区域实际经营情况，稳步向下游传导成本压力，平稳消化成本上涨影响。因此，从今年一季度来看，中东区域冲突对公司海外建材产品综合成本影响有限。同时，公司部分建材项目亦正持续通过优化能源、物流以及包装等供应链管理，推进光伏及生物质燃料等项目配套；并持续聚焦原料优化、产线技改及生产管理系统数字化升级等方向，持续推进降本增效工作。

26、中东冲突以及美元升值对公司海外建材业务销售影响如何？

回复：截至目前，尚未看到上述事项对公司海外建材业务产销率及当地市场需求造成明显的冲击。但长期来看，如果中东冲突以及美元升值长期延续，或导致非洲物价上涨，对非洲当地居民的消费能力或产生一定负面影响，进而可能抑制终端建材消费需求。

27、请介绍一下公司海外建材业务二季度汇兑损益情况以及相关风险？

回复：2026 年第二季度，公司海外建材业务的汇兑损益情况较第一季度实现一定改善。在经营端，公司海外建材业务在汇率波动时，会动态调整产品价格；且在本土销售收取的当地货币在保留日常运营所需后，其余都会尽量换成美元或欧元。同时，公司海外建材业务部分销售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。因此这部分实际面临的汇率波动影响相对较小。

而在负债端，因相关贷款的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，只有在还款时才会影响现金流。目前，公司海外建材业务仍持有较大规模欧元借款，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，欧元借款产生的汇兑影响，与上述损失形成了一定对冲效应。

28、公司非洲主要经营地区是否存在经营风险或外汇管制？

回复：瓷砖、玻璃等建材行业属于重资产行业，公司在当地产能布局之前，

都会经过长时间的详尽调研，综合当地政治和营运环境稳定性、人口规模及增长潜力、经济发展趋势、市场规模、外汇及资金跨境流动管制等因素，审慎推动本土产能建设。同时，公司在非洲布局的建材项目属于当地本土大型制造业项目之一，不仅在促进就业、产业发展、纳税创汇等方面作出了积极贡献，同时符合当地政策导向与法规要求，因此在部分经营区域亦获得了当地政府在行业政策等方面给予的一定支持。此外，公司亦会采取保险等措施，降低产能所在地的运营风险。

公司海外建材业务分散于非洲多个国家，实行本土化生产、销售与用工，销售回款以本地货币和美元结算，收取的本地货币大部分会用于日常经营支出，所布局的国家基本能够满足公司的日常换汇需求，且不存在严格限制资金跨境流动的情况。

29、公司锂电材料业务怎么样？产品价格是否有所上涨？

回复：公司锂电材料业务人造石墨产品主要面向国内储能领域客户，涵盖部分行业头部企业。今年上半年，公司锂电材料业务在市场需求支撑及产能优化推动下，产销量及盈利水平同比改善。今年以来，受国内外油价攀升、下游市场需求增长等影响，原料及辅料等生产物资价格波动较大，结合市场供需及公司成本端实际情况，公司人造石墨产品价格有所上调。

30、公司锂电材料业务规模如何？

回复：2025 年，随着公司负极材料产能释放、产能边际效应显现及管理工
作提升，公司锂电材料业务人造石墨产销量整体逐步提升，全年产量达 11.58 万吨、销量达 11.44 万吨，储能领域负极材料出货量已位居国内行业较前水平；实现营业收入 23.84 亿元，同比上升约 170%；毛利率较去年同期实现较好提升，净利润实现扭亏为盈。

今年以来，受益于储能等下游行业景气度较好，加之公司与部分储能下游客户达成较为稳固的合作关系，当前负极材料订单亦较为饱和。目前，公司正依据行业景气度及客户需求推进产能扩建与技改，预计 2026 年技改完成后一体化人造石墨的产能将由 15 万吨/年提升至 18 万吨/年，叠加今年负极材料价格有所回暖，有望持续拉动业务增长。后续，公司亦将根据市场情况以及客户合作情况等，优化公司锂电材料产能布局。

31、请介绍一下公司新能源装备业务情况？

回复：2025 年，公司新能源装备业务实现营业收入 12.12 亿元，同比增长 19.79%；

其毛利率要低于陶瓷机械业务。今年一季度，公司新能源装备业务整体接单较去年同期实现较好增长，亦为后续经营奠定良好的基础。

公司新能源装备业务主要为清洁煤制气装备、锂电正负极材料焙烧装备等产品的生产及销售；除了上述产品外，亦包括工程安装服务。其中，清洁煤制气装备业务主要应用于氧化铝等行业，并已横向拓展至金属镁、氧化镁、镍铁、硅酸钠领域。

32、请介绍一下蓝科锂业的生产成本以及后续产能扩建规划？

回复：公司持有蓝科锂业 43.58%股份。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。2026 年上半年，蓝科锂业实现碳酸锂产量约 2.02 万吨、销量约 1.78 万吨；净利润同比实现增长，依然保持着较好的盈利水平及竞争优势。目前，蓝科锂业已拥有 4.1 万吨/年碳酸锂产能。依据现有产能规划来看，其暂无拓展计划，但在回收率等关键指标上仍有提升潜力。

33、蓝科锂业的销售价格下半年如何展望？是否有做套期保值？

回复：蓝科锂业碳酸锂销售价格随行就市，从 2026 年一季度来看，蓝科锂业碳酸锂销售价格参照市场行情趋势；步入第二季度，碳酸锂期货价格表现整体要高于一季度。根据日常经营需要，蓝科锂业会在合理范围内，择机开展碳酸锂产品的套期保值业务，以保证其经营的稳定性和可持续性。

34、公司的资本开支及负债率情况如何？

回复：按照公司已审批的项目，公司资本开支主要还是集中在海外建材业务。目前，公司海外建材业务尚有多条陶瓷以及玻璃产线处于建设阶段，仍有较大规模的资本开支规划。同时，公司亦持续推进部分建材项目工艺提升技改、产业配套及物流建设等工作。锂电材料业务方面，公司正开展产线技改等相关工作。

其中，公司海外建材项目建设资本开支主要来源于自有资金以及借款，其剔除项目投建以及汇兑损失、资产折旧等影响，整体产生的现金流情况较好，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。

2025 年末，公司整体负债率约 46%，较上年同期进一步降低。后续，公司将持续优化融资结构，并动态平衡负债规模与经营拓展，优先保障业务发展需求情况下，稳步控制负债率及外币负债规模。

35、公司未来的分红规划是怎样的？

回复：公司 2025 年年度分红合计派发现金红利约 5.75 亿元（含税），股息支付率较上年进一步提升至约 44%。具体来看，除陶瓷机械等业务以及蓝科锂业

	的分红持续贡献稳定现金流外，同时海外建材业务现金流情况较好，但近几年主要聚焦于自身项目建设以及业务拓展等。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。 36、特福重组事项的进展如何？ 回复：特福国际资产重组相关事项现已进入上交所并购重组委审核阶段，上述重组事项尚需有权监管机构批准、审核通过或同意注册后方可实施，能否获批及获批时间均存在不确定性，敬请注意投资风险。 37、特福重组事项完成后，对公司经营发展的影响？ 回复：本次资产重组事项若顺利完成后，科达制造将对海外建材业务板块的持股比例由约 48.45%提升至 100%。按照当前公司海外建材业务经营趋势，届时每股收益等关键财务指标有望实现较好增长，长期回报亦有望获得明显提升。同时，上市公司与森大集团的战略协同将进一步深化。沈总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。 38、人民币升值对公司业务的影响？ 回复：公司机械装备业务出口比例较高，人民币升值对其有一定负面影响，但相比主要竞品仍具备性价比优势。存量出口订单方面，因主要以美元定价，人民币升值阶段收回账款兑换为人民币时，会产生一定负向影响。海外建材业务方面，因其存在一定规模的人民币贷款，而相关融资主体的记账本位币为美元；若人民币相对美元中间价升值，将产生一定的负向影响，但该部分影响相对有限。
附件清单 (如有)	无