

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 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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（线上）
时间	2024 年 12 月
接待对象	东方证券、国联证券、开源证券、长江证券、招商证券、中邮证券、泓德基金、汇添富基金、惠升基金、民森基金、易方达基金、永赢基金、高熵资产
地点	线上、线下（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	<p>一、问答</p> <p>1、公司整体的海外收入占比是多少？ 回复：今年前三季度，公司实现营收 85.64 亿元，海外收入占比超 60%。</p> <p>2、公司陶机前三季度海内外业绩情况是怎样的？ 回复：受益于全球化布局、本土化服务及品牌生产线的持续完善，以及近两年全球经济疲软和不确定性的增加，使得海外高端客户在经营压力下越来越关注产品的性价比，2024 年前三季度公司陶瓷机械业务接单和收入金额均维持在较好水平，其中陶机业务海外收入已超过国内，且同期海外订单占比超 60%。</p> <p>3、近年陶瓷机械利润率提高是什么原因？ 回复：近年来，陶瓷机械的利润率整体呈现上升趋势。具体来看，在外部方面，陶瓷机械海外乃至高端订单占比的提升及配件耗材业务的增长，对整体毛利率的提升带来了积极作用。同时，在内部方面，近年来，公司通过内部组织变革、软硬件设施投入与改造，比如大力开展精益管理、对生产基地进行工艺改造、信息化升级等，整体运营效率和生产成本进一步优化。</p> <p>4、2018、2019 年公司业绩下滑的原因是什么？ 回复：公司陶机设备业务属于专用设备类，具备一定的“周期性”特点；同时瓷砖行业当时处于新旧产品过渡的前期阶段，到了 2020 年后，大板、岩板等</p>

产品逐渐流行，产生了大量的陶瓷设备订单，驱动了陶瓷机械业务的增长。此外，公司 2018、2019 年处于业务调整期间，尤其是 2018 年公司对沈阳科达洁能等节能环保板块的子公司进行了减值处理，导致当年业绩出现较大波动。

5、公司陶瓷机械业务的主体是哪几个？是否具备提供“交钥匙”服务的能力？

回复：科达制造陶瓷机械设备端拥有“科达(KEDA)”、“力泰(HLT&DLT)”、意大利品牌“唯高(ICF&Welko)”三大知名品牌，依次对应科达制造、子公司恒力泰、德力泰及唯高的经营主体。目前，科达制造是国内唯一一家能够提供陶瓷整厂整线装备及服务的企业，涵盖从原料制备、压制成型到烧成、深加工以及后续的拣选包装、智能仓储等所有关键设备，并可以根据客户需求、工厂结构等，为客户提供定制化整厂整线“交钥匙”方案。

6、陶瓷机械主要销往哪些海外地区以及市占率怎么样？

回复：公司陶瓷机械主要销往东南亚、南亚及中东等新兴或发展中国家及地区，今年亦实现了部分高端市场的订单突破。

从陶机设备出货数量来看，公司的压机、抛磨机等产品的全球市场占有率较高。从出货价值来看，公司陶瓷机械的市场份额仅次于意大利的竞争对手。

7、国内瓷砖行业竞争激烈，公司作为其上游供应商如何规避潜在的应收账款等风险？

回复：公司应收账款风险可控。首先，公司在接单时，会对客户经营情况、资金实力等方面进行风险评估，有选择性地开展业务。其次，公司陶机产品因销售模式在发货前就已取得大部分款项，剩余的应收账款风险可控。另外在存量应收账款方面，公司的客户较为分散，单一客户应收账款规模较小。

8、配件耗材业务海外占比以及盈利能力是怎样的？

回复：今年前三季度，配件耗材整体海外收入占比要高于国内。同时，配件耗材虽然处于前期拓展的阶段，但其整体的毛利率仍要比陶机设备略高。

9、配件耗材的增长这么快是基于什么原因？

回复：在战略层面，公司将配件耗材业务作为陶瓷机械板块重点发展方向之一，投入了更多的资源去拓展该业务，同时亦协同科达制造陶瓷机械设备的海外客户资源进行推广。在业务层面，公司 2023 年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布局海外墨水业务，由科达制造控股和并表；同时亦收购了意大利模具企业 F.D.S. Ettmar，这两起产业链收并

购为公司配件耗材业务扩展了规模与领域。上述原因助推了配件耗材业务的快速增长。

10、公司的陶瓷墨水业务进展怎么样？

回复：目前，公司主要通过广东康立泰开展海外陶瓷墨水业务。而在国内陶瓷墨水市场，公司则通过参股国瓷康立泰分享其带来的投资收益。

今年前三季度，广东康立泰海外墨水业务实现较高增长。同时，公司正在土耳其建设生产基地，规划生产墨水等耗材，以进一步扩大海外本土化服务区域。

11、陶瓷机械的发展策略是怎样的？

回复：针对国内市场需求，近两年全国陶瓷砖产量有所下滑，据相关数据显示，2023年全国陶瓷砖产量67.4亿m²，相较往年高峰时期已有大幅下降。但中国依然是全球规模最大的瓷砖市场，存在一定陶瓷机械设备更新、迭代的需求，例如国内部分老旧产线，需要通过装备智能化、绿色化等方式优化生产成本，以提升陶瓷企业在需求下滑、竞争加剧大环境下的竞争力，并满足监管日益趋严的环保及能耗要求。同时，瓷砖行业竞争加剧导致落后产能淘汰、兼并重组等动作加速，行业集中度、头部聚集效应进一步提升，企业联合重组过程亦带来了部分落后产能的技改等需求。因此，国内下游陶瓷客户新建产线仍会存在一定的需求。

针对海外市场，公司会通过覆盖更多国家来实现业务的稳健发展，尤其着重开拓海外高端客户市场。目前，公司陶机产品在整体的产品质量及性能等方面，与意大利同行差距不大。未来，公司将持续加大产品研发与技术创新，持续推进全球营销网络及本土化服务的建设，提升海外市场尤其是高端市场的市占率。

同时，公司亦通过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定位。从其市场规模来看，配件耗材使用频率要比陶机高，全球市场规模较陶机更为广阔。后续，公司配件耗材业务会持续协同公司的全球销售网络及客户资源进行业务拓展，为客户提供全方位的陶瓷生产解决方案。今年前三季度，公司配件耗材业务实现较好增长。同时，虽然其部分产品处于前期推广的阶段，但其整体的毛利率仍要比陶机设备略高。未来随着配件耗材领域的深入开展，配件耗材业务有望保持较好增长。

此外，公司亦将通过压机、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。今年前三季度，公司陶机通用化实现较好增长，其中发展较好的铝型材挤压机通用化已涉及汽车轮毂、光伏边框、铝合金建筑型材等领域，今年亦为汽车主机厂落地了国内首条汽车门槛梁等小部件装备整线项目。

公司陶瓷机械业务已提出“百亿目标”，在保持建陶装备强竞争力的同时，向非陶瓷行业进行延伸，希望形成 50%-60%陶瓷机械装备、20-30%配件及耗材等陶瓷关联产品、10%-20%陶机通用化装备的业务结构。

12、陶瓷机械海外高端市场的具体策略是怎样的？

回复：第一是扩大海外本土化服务体系的规模和覆盖面，公司通过海外产业链收并购、生产基地建设及成立子公司或办事处等，并持续加大海外销售和服务人员的规模，完善全球营销网络及本土化服务建设。第二是加强客户对科达制造的认识，很多欧美客户对公司陶机产品的理解还停留在很多年前，但近年来公司通过软硬件设施的升级，已实现了数字化、绿色化等制造能力方面的大幅提升；同时，近两年全球经济疲软和不确定性的增加，使得海外高端客户在经营压力下越来越关注产品的性价比。公司领导层也通过走访欧洲高端客户并邀请其到国内工厂参观等形式，加强与其沟通与交流，取得了不错的高端市场订单。后续，公司也将积极把握市场时机，通过样板工程的打造，加快导入高端市场，为公司陶瓷机械业务持续贡献增量。

13、请介绍一下海外建材第三季度毛利率情况？

回复：受益于海外建材瓷砖提价等，公司海外建材第三季度毛利率较上半年均实现了较好的回升，同时提价的影响有望在第四季度得到完整的体现。

14、近年来海外建材的毛利率波动很大是什么原因？

回复：2021 及 2022 年，海外建材业务毛利率超过 40%，主要是因为特殊期间高昂海运费等因素的影响，导致进口瓷砖进不来，而非洲本土产能供不应求，其实不是一个常态。2023 年及 2024 年上半年，非洲本土市场竞争加剧，出于竞争策略的考虑，公司主动对瓷砖价格进行了一定的下调，因此毛利率较前两年有所下滑。自今年 6 月底起，海外建材瓷砖产品在各销售区域已陆续提价，提价比例根据当地市场情况、竞争策略、当地汇率情况及不同产品规格有所差异，其中在肯尼亚等毛利率较低的地区提价幅度较大，因此今年第三季度海外建材的毛利率较上半年有较好提升。

15、请介绍一下今年的汇兑损失情况？

回复：公司前三季度汇兑损失合计超 2 亿元，其中第三季度汇兑损失超 1.5 亿元，主要是海外建材板块受非洲部分国家货币贬值及欧元相对美元升值所致。其中，汇兑损失主要集中在负债端。海外建材板块存在较多长期限欧元及美元贷款，而其融资主体的本位币为美元，随着前三季度欧元对美元升值以及非洲部分

国家货币贬值，合资公司因此产生了较大汇兑损失。但其中占比较大的部分属于未实现的汇兑损失，在还款时才会实际确认损失并影响现金流。而在经营端，海外建材本土销售一般按照当地货币结算，出口的部分按照美元结算。合资公司除了保留一部分日常运营所需本地货币，会及时将本地货币换成美元或欧元，因此该部分影响相对较小。

后续，公司会在完成相关品类及产能规划后，控制整体外币贷款规模，积极清理货币项目敞口；同时亦会关注汇率波动、终端产品价格水平，及时、动态调整产品价格，降低汇率波动产生的影响。此外，步入第四季度，截至目前来看，美元兑欧元及部分非洲货币实现了一定程度的升值，有望对第四季度汇兑产生正面影响，同时亦对当地的消费能力有一定的提振。

16、海外建材板块为什么不考虑非洲当地的融资？

回复：非洲当地的贷款利率相对较高。公司在 2018 年与世界银行旗下金融机构 IFC 开始接触，经过对公司的长期调研，基于对公司海外建材业务经营规划以及社会责任的认可，IFC 于 2020 年开始为公司海外建材业务提供低息贷款，此外公司也与其他海外银团接触并进行了相关融资。近年来，随着美元等货币利率的提升，海外建材板块综合的海外融资利率较早前有所提升，但较非洲当地融资成本仍然具有优势。

17、非洲当地能否满足公司换汇需求？

回复：从海外建材业务近年营收规模来看，影响不会很大。海外建材业务分散在多个国家开展，单个国家的经营体量相对不大，能够通过高频小额的方式进行换汇。

18、请介绍一下公司海外建材的管理费用的情况？

回复：公司今年海外建材管理费用上升较高，主要有以下原因：第一，部分建材项目由于正在建设期，因此并未在当期业绩端产生贡献，营收及费用的变化有一定错配。其次，近年来海外人才竞争加剧，海外建材新增项目及全球市场拓展对相关人才需求的增加，加之海外建材业务二级总部的建立，使得海外中方管理人员的数量、薪酬均有所增长；同时合资公司亦加大了各业务板块包括海外建材的信息化建设投入，使得管理费用有所增长。

目前，上述中方员工主要聚焦于管理以及市场开拓方面，而本地员工大部分主要分布在生产岗位，人均成本较低，具有显著的成本优势。后续随着海外建材业务板块人员架构及业务规模稳定，管理费用预计会逐渐平稳。

19、海外建材渠道主要是用森大的渠道吗？

回复：在合资公司海外建材业务开展前期，主要由森大作为经销商之一开拓市场渠道。目前，出于公司海外建材业务的长效发展考虑，海外建材板块已建立了二级总部，将独立开展市场、渠道拓展等职能及业务，后续双方涉及相关业务的渠道及品牌等资源将逐步并入合资公司统一管理。

20、影响瓷砖定价的因素有哪些？

回复：公司瓷砖定价会持续参考进口产品的 FOB、海运、关税、内陆运输等综合成本进行定价，价格将相较进口产品保持优势；另一方面，公司瓷砖定价也会考虑到当地货币汇率波动因素，如当地货币大幅贬值，公司瓷砖也会相应的进行提价。

21、海外建材产能布局是怎样的？

回复：截至目前，公司在非洲肯尼亚、坦桑尼亚等 6 个国家投产了 19 条瓷砖生产线、2 条洁具生产线、1 条玻璃生产线，2024 年上半年瓷砖产量超 0.84 亿 m²，其中，喀麦隆陶瓷项目 K2、K1 产线分别于今年 7 月、8 月相继投产。此外，公司另有非洲科特迪瓦及中美洲洪都拉斯瓷砖项目、南美洲秘鲁玻璃项目正在建设或筹备中，预计于近年投产，将为后续产能增长提供基础。

22、海外建材的扩张策略是怎么样的？

回复：海外建材扩张策略主要有两方面，第一是“填空”，寻找建材空白市场进行布局，但目前来看，非洲等地区的建材空白市场当下相对较为难找。后续，公司也将会根据市场以及销售情况，对现有生产基地进行技改或产能扩建，同时亦不排除会在一些区域通过建材项目收并购的方式，抢占市场份额完成区域整合。第二是“抓机遇”，除了已规划的瓷砖、洁具、玻璃外，公司未来也将考虑根据终端的需求逐渐丰富建材品类，前期通过贸易的形式布局，后续基于市场情况规划本土化生产。

23、非洲是否会有局势不稳定的地区，公司如何应对？

回复：在产能布局之前，公司都会经过长时间的详尽调研，会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、地理位置等因素进行考虑，选择合适的国家进行本土产能建设。而对于目前政治和营运环境不太稳定，但市场又比较有潜力的国家及地区，合资公司会通过出口的方式先行布局，在风险可控的条件下抢占当地市场份额。

24、怎么看待非洲市场瓷砖的增长空间？

回复：从发展速度来看，非洲人口基数大且增长速度较快，根据 MECS-Acimac 数据统计，2023 年非洲瓷砖消费量 14.21 亿 m²，同比增加 12.5%，是全球瓷砖需求增长最快的地区。同时据其以往预测，2022-2026 年，非洲仍将是世界瓷砖消费市场增长最快的地区，复合年增幅超过 6%，而公司布局的撒哈拉沙漠以南地区有望实现更好发展。

从市场空间来看，公司布局的国家及地区的城镇化率相对较低，相较中国仍有较大的增长空间。未来，随着当地基建、房地产等行业的发展及当地消费水平的提升，瓷砖行业具备长期向上的基础。

25、请介绍一下海外建材洁具运营情况？

回复：目前公司在西非加纳、东非肯尼亚分别投产了一个洁具项目，同时该洁具项目的产能利用率及良品率都较今年上半年有了较好的提升。但由于生产成本、品牌培育等原因，第三季度洁具盈利水平仍然承压。

26、请介绍一下海外建材玻璃的项目情况？

回复：在产能方面，公司目前规划了两个玻璃项目，其中公司坦桑尼亚玻璃项目于 9 月投产，设计日产能约 600 吨，目前经产能爬坡后产能利用率已达到较好水平，后续将满足坦桑尼亚及周边国家等地区的玻璃需求；另有南美秘鲁玻璃项目在建。待其运营稳定后，预计其盈利能力有望与瓷砖产品相近。

27、公司当初为什么要发展洁具、玻璃品类？

回复：在需求方面，公司拓展洁具及玻璃品类主要是考虑城镇化过程中的家装需求，以及所布局地区的本土产能缺乏；在销售渠道方面，公司洁具及玻璃产品可借用瓷砖品类积累的广泛渠道、品牌形象等资源，实现协同发展。

28、公司当初去非洲投资建材业务的出发点是什么？

回复：公司成立于 1992 年，最初主要做陶瓷机械，经过 20 余年的发展，在实现国内甚至全球的龙头地位后，面对相对有限的市场增长空间，开始不断地尝试第二增长曲线。2015 年左右，公司在考察了很多地区后，最后与合作伙伴森大一起到非洲开展调研。基于非洲庞大的人口背景、城镇化初期阶段以及依赖进口瓷砖的“空白”市场情况，公司和合作伙伴于 2016 年在非洲肯尼亚合资建设了第一个陶瓷厂，实现当年建设、当年投产、当年盈利的成果。基于肯尼亚的情况，依托于公司多年的陶瓷机械制造经验优势、上市公司平台的融资优势，以及合作伙伴森大集团在非洲当地积累的大量的建材渠道、品牌等资源，合资公司又在加纳、坦桑尼亚等地建设了瓷砖、洁具及玻璃等项目，并随着各项目产能的持

续释放，替代了森大集团原有的进口贸易产品，迅速铺开了市场。目前，公司瓷砖品牌“特福”已经成为非洲当地主流陶瓷品牌之一。

29、公司为什么考虑去中美洲布局？

回复：主要考虑到公司布局的洪都拉斯地区城镇化较低，无本土瓷砖产能，存在供需缺口并依赖进口瓷砖；同时周围部分国家及地区城镇化率也比较低，国家之间又互免关税。

30、海外建材的项目投资模式是怎样的？

回复：早期，公司海外建材项目的资金筹备一般通过股东出资及贷款渠道，其中在股东出资方面，双方股东按照股权比例进行资金投入。目前，其资金筹备主要是通过海外建材业务板块的盈余资金、IFC 及海外银团等贷款渠道解决。

31、请介绍一下海外建材的股权激励。

回复：在海外建材板块，为支持海外建材业务的百亿营收规划，充分提升业务管理团队的积极性和稳定性，前期合资公司已完成增资扩股，增资方员工持股平台获得合资公司 5%股份。因此科达制造持有合资公司股权比例稀释后约为 48.5%，但仍然实现对海外建材合资公司的并表。

32、公司海外建材业务的账期情况怎么样？

回复：海外建材销售一般为现款现货，针对一些比较大型的经销商会有一定的授信，总体来看账期较短。

33、蓝科锂业的利润是如何影响科达制造财务报表的？

回复：公司间接持有蓝科锂业 43.58%股份，控制其 48.58%投票权。蓝科锂业的净利润会以 48.58%的比例计算在公司的投资收益中，但对公司归母净利润的影响为 43.58%。

34、蓝科锂业的生产成本是怎么样的？

回复：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，同时收取盐田及采卤系统维护费作为补充，亦与碳酸锂售价挂钩。虽然碳酸锂价格近年来产生较大波动，但蓝科锂业生产碳酸锂的成本处于市场中较低的位置，仍具有成本优势及环保优势，并持续为公司带来了不错的投资收益，后续公司也将持续支持蓝科锂业的降本以及技术优化等工作。

35、蓝科锂业后续的产能规划是怎么样的？

回复：蓝科锂业计划于今年生产碳酸锂 4 万吨，同时未来也将通过技术提升、工艺升级、后端沉锂母液回收等方式，进一步进行优化、提升产能。

	<p>36、未来蓝科锂业的分红规划是怎么样的？</p> <p>回复：在蓝科锂业的整体分红规划上，蓝科锂业各方股东每年都会在股东大会进行讨论。根据往年分红情况，蓝科锂业在保障其日常经营、资本开支的情况下，均尽可能地实施分红。</p> <p>37、公司未来的分红规划是怎样的？</p> <p>回复：近两年来，公司现金分红比例约为当期归母净利润的 30%，现金分红和股份回购合计金额占当期归母净利润的比例均超过 42%。考虑到公司整体负债率不高，同时中短期来看，国内资本开支相对有限，未来公司会综合考虑经营情况、战略规划以及海外建材项目建设资金需求等，践行稳定、持续的分红政策。</p> <p>38、请介绍一下公司股权激励方面的举措。</p> <p>回复：在上市公司层面，自上市以来，科达制造共进行了四轮股权激励或员工持股计划，目前仍有员工持股计划存续；同时，公司截至 2024 年 11 月 29 日已累计持有超 5000 万股份回购的库存股，后续上述股票将用于公司实施股权激励及/或员工持股计划。子公司层面，公司在不同业务板块中搭建员工持股平台，将员工个人利益与公司可持续发展的长远利益相结合，使得不论是上市公司还是下属子公司的核心员工都能共享发展公司的成果。</p> <p>39、请介绍公司股东结构及第一大股东的情况。</p> <p>回复：从公司股东结构上来说，公司自 2016 年起即为无实际控制人状态，由董事会和管理层共同控制，日常经营由管理层负责，在重大经营规划及战略方面还需要通过董事会进行集体决策。</p> <p>目前，公司第一大股东梁总及其一致行动人持有公司股份比例约 22.88%。梁总是我们的下游客户之一，对整个陶瓷行业及公司比较熟悉，也认可公司的战略规划、经营理念等。</p>
附件清单 (如有)	无