

证券代码：688295

证券简称：中复神鹰

中复神鹰碳纤维股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-004

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（座谈交流）
参与单位名单	财通基金、方正证券、国海富兰克林、国金证券、国盛证券、国泰海通证券、华泰证券、农银汇理、诺德基金、万家基金、银河基金、长江证券、中金公司、中泰证券
时间	2025 年 09 月 17 日 14:00-15:30
地点	上海
上市公司接待人员姓名	董事、总经理：陈秋飞 副总经理、董事会秘书：金 亮 副总经理、财务总监：王 暖
投资者关系活动主要内容介绍	中复神鹰董事、总经理陈秋飞，副总经理、董事会秘书金亮，副总经理、财务总监王暖共同出席上述会议，就碳纤维行业发展、公司战略规划与创新进程议题展开深入交流。 1、目前三万吨产能建设项目进展如何？预计何时投产？ 连云港三万吨项目建设正按计划推进，预计年底前将有部分生产线具备投产条件。同时，公司正在科学、系统地制定“十五五”战略规划及 2026 年度全面预算，以确保产能建设与市场需求、资金安排实现高效协同。 2、公司目前负债率如何？ 截止目前，公司资产负债率维持在 50%左右，有息负债规模 22 个多亿。在债务管理方面，公司自去年下半年以来持续优化负债结构，通过经营质

量改善，公司经营净现金流良好，短期债务持续降低；在项目贷款方面，西宁项目投资已进入尾款支付阶段，新增少量项目贷款，在建的连云港 3 万吨项目近期投入为自有资金，并未新增项目贷款。总体来看，公司财务风险可控。

3、公司计划如何稳固公司成本优势？

碳纤维成本受生产规模、市场价格、耗量、生产工艺和技术水平等多种因素影响，同时，与下游应用领域的拓展紧密联动、相互促进。上半年，公司聚焦成本、利润、营业现金比率等核心指标，开展成本“增节降”行动，通过技术改造、工艺优化等措施，实现单位生产成本同比下降 5%，同时推动公司单线产能同比提升，生产制造效率大幅提高。下一步，公司将持续发挥万吨产能规模优势，加强成本精细化管理，深化“增节降”行动，进一步降低单位固定成本。

4、今年公司一二季度产品均价均有提升，是部分产品有调价吗？

当前，碳纤维市场价格正处于筑底回升阶段，这一趋势受到市场供需关系、产品性能定位及行业共识深化等多重因素的共同驱动。2025 年以来，公司基于对下游应用需求与市场特征的深度研判，强化科技研发，持续打造高端产品序列，凭借产品的性能可靠性及工艺稳定性，获得了下游客户的广泛认可，品牌价值与市场竞争力显著增强。

在此背景下，公司适时对供需态势紧俏的高端碳纤维产品实施了价格策略调整。2025 年上半年，公司 3K 小丝束产品在体育休闲、汽车工业、低空经济等领域的渗透率持续深化，实现销量同比增长 77%；高强高模系列产品销量同比增长 53%，充分体现了公司产品在高价值市场的快速转化能力。

5、公司觉得在碳纤维当前行业背景下，什么要素能助力公司打破当前竞争格局？

碳纤维行业已逐步形成多层次、差异化的竞争格局。该格局中既有长期深耕行业的老牌企业，也不乏新进入者及未上市的成熟企业，各企业依托不同的技术路线与市场定位参与竞争。从制备工艺来看，业界多数企业采用湿法纺丝或干喷湿纺技术。无论采用哪种技术路线，产业化成熟度的高低已成为衡量企业竞争力的关键因素。

	6、公司“12345”战略具体是什么？ 公司坚持“12345”经营策略，锚定“世界一流”企业建设目标，平衡“国内与国际”两个市场，专用与民用领域相辅相成，依托“神鹰大浦、神鹰西宁、神鹰上海”三个成熟的生产基地积蓄发展动能，并秉承“绿色化、高端化、国际化、规模化”四位一体战略定位，推进财务、技术、投资、人力资源、供应链“五集中管理”，以管理集约化升级增进整体效益。 7、公司海外业务的进展情况？ 早期碳纤维国内供不应求，出口量相对较少。近年来，供需格局的转换推动国内纤维产能持续向海外释放。公司非常重视海外市场的开发，并通过多种方式持续推进开拓进度，如配套完善本地化仓储与服务能力，采用空间换时间的方式，打造具有国际竞争力的产品与服务体系；依托中国建材集团全球资源与客户渠道，深耕欧洲与亚洲核心市场，与全球产业链头部企业建立深度战略互信与合作，共同拓展碳纤维在航空航天、新能源、汽车工业等领域的全球化应用版图；拓展韩国及东南亚等新兴市场，逐步构建起覆盖广泛、韧性十足的全球业务网络。未来，公司将继续积极拓展高质量出海路径，扩大国际市场版图。 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。
附件清单 (如有)	无