

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	2026年3月
接待对象	安信基金、宝盈基金、北京睿谷投资、成泉资管、东北证券、东方证券资管、工银瑞信基金、光大证券、广发证券、国金证券、国联安基金、国联基金、国联民生证券、杭州拾年投资、华西证券、华源证券、汇添富基金、嘉合基金、嘉实基金、景顺长城基金、瓴仁投资、南方基金、浦银安盛基金、泉果基金、上海丹羿投资、上海景林资管、上海文多资产、申银万国证券、泰康资产、西部利得基金、西部证券、橡果资管、信达证券、兴银基金、长江证券、招商基金、浙商证券、中国人寿资管、中金公司资管、中欧基金、中泰证券、中信证券、中银国际证券、中邮证券、珠海横琴智合远见私募基金、DYMON ASIA、North Rock Capital Management
地点	科达制造总部大楼、线上
上市公司 接待人员	董事会秘书 彭琦、证券事务代表 黄姗、特福国际投资主管 黄景业
投资者关系 活动主要内 容记录	<p style="text-align: center;">一、公司主要情况介绍</p> <p>2025年，公司坚定贯彻战略规划、夯实经营绩效，经营规模持续攀升，实现营收173.89亿元，同比增长38.01%，创历史新高，超额完成年度150亿营收目标。经营现金流方面，受益于海外建材业务规模大幅增长等驱动，2025年公司实现经营现金流18.19亿元，同比增长226.47%。资产负债方面，2025年公司偿还了部分存量贷款，推动公司负债率由期初的49%下降至期末的46%，财务结构更加稳健。净利润方面，受资产减值、股权激励计提的股份支付费用以及汇兑损失等因素影响，叠加业务层面综合影响，公司2025年第四季度的净利润有所下滑，但全年依然实现归母净利润13.09亿元，同比增长30.07%。</p> <p>从业务层面来看，陶瓷机械业务方面，虽然2025年行业形势较上年进一步</p>

趋紧，但该业务 2025 年度营收及接单整体保持平稳；受股权激励计提的股份支付费用以及欧洲子公司经营亏损等影响，净利率有所下滑。配件耗材业务则保持较好增长，其订单金额在陶瓷机械业务接单中占比约 25%，其中墨水业务增长超 40%。通用化业务方面，其 2025 年度接单合计金额超 5 亿元。整体而言，公司陶瓷机械业务整体核心竞争力在持续增强，尤其是公司 2025 年下半年拿到全球头部陶企的建筑陶瓷整线项目订单，全球品牌影响力进一步提升，未来希望凭借该标杆工程发挥示范效应，加快导入欧美等陶机高端市场。

海外建材方面，其 2025 年实现 81.85 亿元，同比增长 73.61%；毛利率为 35.26%，同比增长 4 个百分点。其中，其第四季度毛利率小幅下滑，主要受肯尼亚伊新亚及科特迪瓦陶瓷项目尚处在运营初期、项目毛利率较低，叠加公司销售策略调整等因素综合影响。具体从品类来看，瓷砖方面，其 2025 年产量约 2.05 亿 m²，同比增长约 16%；受益于部分区域提价以及大规格产品占比提升等，其产品均价在第四季度实现一定的上涨。玻璃方面，其 2025 年下半年产销率提升至 90%以上，整体经营业绩亦提升至较好水平。洁具方面，其 2025 年产量超过 270 万件，产销率同样提升至较好水平，全年实现盈利。此外，在产能方面，公司仍有几内亚陶瓷项目、科特迪瓦陶瓷二期项目、肯尼亚基苏木陶瓷二期项目，以及秘鲁玻璃项目、加纳玻璃项目正在筹划或建设中，预计将会在 2026 年或 2027 年投产，未来有望为业务增长贡献增量。

锂电材料业务方面，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，其 2025 年人造石墨销量达 11.44 万吨，产销量大幅增长；实现营收 23.84 亿元，同比上升约 170%；毛利率显著提升，业务整体实现盈利。同时，其第四季度经营现金流亦逐步好转。步入 2026 年，鉴于储能等行业仍保持较高景气度，未来其经营业绩有望进一步改善。

蓝科锂业方面，其 2025 年实现营收 25.94 亿元、净利润 7.30 亿元；碳酸锂产量 4.10 万吨，销量 4.12 万吨。其中，2025 年第四季度，蓝科锂业碳酸锂售价虽有所提高，但受落后装置停用产生的资产减值以及生产成本提升等因素影响，对公司归母净利润贡献较小。

二、问答

1、请分解一下公司 2026 年 195 亿元营收目标？

回复：海外建材业务方面，公司 2025 年下半年投产的科特迪瓦及肯尼亚伊新亚陶瓷项目预计将于 2026 年实现产能的完整释放，同时秘鲁玻璃项目等将于

2026 年投产，叠加部分产线技改等，预计将为业务增长贡献增量。锂电材料业务，其 2025 年人造石墨产销率接近 100%。目前，公司已基本具备 15 万吨/年人造石墨产能，并将持续开展一些技改，预计将带动人造石墨销量进一步提升。新能源装备业务，其接单量继续提升，亦有望助力为公司营收增长贡献增量。

2、公司 2025 年度报告中机械设备业务毛利率要比建材机械业务低？后续如何展望？

回复：公司年报机械设备分类中除了建材机械业务，亦包括新能源装备业务等，该业务毛利率比建材机械业务要低。

陶瓷机械业务方面，其 2025 年全球陶机市场份额及海外客户渗透率均进一步提升，侧面体现了公司核心竞争力不断增强。其中，公司在东南亚、东亚等地区保持稳健发展，亦在东亚、美洲等区域实现较好的订单增长。同时，公司配件耗材业务亦实现了较好增长。公司年内通过设立海外子公司及生产基地等方式，持续完善配件耗材业务全球化供应与服务体系，以实现业务的持续发展。而欧洲子公司意大利唯高等，受当地下游客户投资需求有所减弱以及产品模式方面有待优化等影响，产生了亏损。后续，公司将通过管理变革以及优化商业模式等措施，提升欧洲子公司经营水平及产品竞争力。未来，公司将争取陶瓷机械业务的利润率恢复至较好水平。

新能源装备方面，其 2025 年实现营收 12.12 亿元，同比增长 19.79%。其中，公司清洁煤制气装备产品主要应用于氧化铝、金属镁、氧化镁等行业，并于 2025 年首次拓展至镍铁、硅酸钠等行业。目前，该业务经营管理水平及产品迭代能力较好，未来业绩有望持续稳步向好。

3、公司陶瓷机械业务 2025 年前三季度业绩情况怎么样？

回复：2025 年前三季度，公司陶瓷机械业务营收有所小幅下滑，其海外收入占比超 55%，主要销往东南亚、南亚及中东等地区；而净利率受资产减值、股权激励计提的股份支付费用等影响有所下降。订单层面，2025 年前三季度，公司陶瓷机械业务接单有所复苏，其接单金额同比实现小幅增长，主要受益于海外订单的拉动，而国内订单则面临一定压力。其中，陶瓷机械海外订单占比超 65%，且海外订单毛利率高于国内。2025 年前三季度，公司陶瓷机械接单规模要高于其收入规模。公司陶瓷机械设备在发货前就已取得大部分款项，剩余的应收账款风险可控。

4、公司陶瓷机械设备的核心竞争力体现在哪里？

回复：经过多年的发展及充分竞争，陶瓷机械行业呈现集中度提升趋势，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。目前，公司陶机产品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。

5、请介绍一下 2025 年前三季度配件耗材发展情况？

回复：2025 年前三季度，公司配件耗材业务营收及接单均实现较好增长，且占陶机业务整体营收比重进一步上升。其中，海外墨水业务亦实现了较好的增长。公司于 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，专门布局海外墨水贸易业务，该公司由科达制造控股及并表。在海外市场，公司墨水产品主要从国瓷康立泰采购，会依托公司陶机业务的客户资源，协同推广陶瓷墨水业务；而在国内市场，公司则主要通过参股国瓷康立泰，分享其带来的投资收益。

6、请介绍一下公司铝型材挤压机业务的发展情况？

回复：自公司启动铝型材挤压机业务以来，到目前已涉及建材、汽车及光伏等行业，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，覆盖行业广泛，并存在配件耗材需求，因此该业务市场空间相比传统陶瓷压机更广阔一点，公司亦正持续从单机设备向整线装备拓展，未来有望持续为公司贡献业务增量。

7、怎么展望陶瓷机械业务的后续发展？

回复：海外方面，鉴于全球经济低迷且生产成本高企，公司“大产量，低成本”的陶瓷生产解决方案，为海外客户带来了显著的生产成本端优势，逐渐得到了更多海外地区客户的认可。目前，公司已在国内市场，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，后续将持续重点拓展欧美等高端市场。而国内方面，国内陶瓷行业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。

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，进一步推进“全方位陶瓷生产服务商”定位。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。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。

8、公司海外建材在建项目的预计投产时间是多少，项目建设主要基于什么考虑？

回复：瓷砖业务方面，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。截至目前，公司已投产瓷砖年产能约 2 亿平方米，若上述项目投产后，公司将拥有瓷砖年产能约 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。

9、肯尼亚基苏木二期及科特迪瓦二期陶瓷项目布局的具体考量是怎样的？

回复：肯尼亚基苏木二期项目投产后，将部分增加公司大规格瓷砖的产能，进一步匹配肯尼亚及周边国家的相关市场需求，实现当地市场进口份额替代。公司科特迪瓦陶瓷项目于去年下半年投产不久，便规划了二期项目，主要基于当地市场需求景气度及经济发展趋势较好，建成后将进一步完善公司在西非区域的产能布局，持续强化区域市场供应能力与核心竞争力。

10、公司瓷砖业务产品均价情况如何？各区域之间价格差异大吗？

回复：2025 年瓷砖均价较上年同期实现较好提升，且截至目前，整体均价亦保持稳定态势。整体来看，西非整体经济发展水平较东非低，其瓷砖产品整体均价及生产成本均低于东非，因此两个区域的毛利率水平整体差距不大。

11、2025 年公司瓷砖产品提价的原因是什么？

回复：提价主要得益于当地市场景气度较好。2025 年，公司在部分地区综合市场需求等因素进行了一定幅度的提价，从目前情况看，市场接受度较好。

12、公司瓷砖产品的提价策略是怎样的？

回复：一方面，公司瓷砖产品定价一般会参考进口产品的 FOB 价、海运费用、关税及内陆运输等综合成本进行动态调整，在性价比方面具备一定优势，因此，产品提价会综合考虑当地进口产品价格及供给情况。另一方面，公司产品提价仍需综合当地消费水平、市场接受度等进行考量，优先保证瓷砖产品产销率以及市场份额稳定。

13、公司瓷砖产销率情况怎么样？大规格瓷砖产能占比在多少？

回复：2025 年前三季度，公司瓷砖业务产销率始终维持在高位，实现产销两旺。

鉴于当地经济发展水平以及市场消费能力，非洲当地市场对大规格瓷砖的需求相对有限，尚未形成足以支撑大规模本土化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。目前，公司肯尼亚伊新亚陶瓷项目主要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，公司正持续推进陶瓷项目建设以及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。

14、公司瓷砖产品是哪些品牌？

回复：公司瓷砖产品主要以小规格瓷砖为主，其瓷砖品牌“Twyford”已在非洲撒哈拉以南部分地区具有广泛认知。在此基础上，公司正着力打造瓷砖高中低品牌矩阵，其中，高端品牌“MICASSO”在产品规格及设计风格方面与“Twyford”形成差异，且产品均价相对更高。

15、非洲当地瓷砖的市场竞争格局是怎样的？

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，在产能所在地市占率较高。其中，在非洲本土竞争方面，随着 2024 年合资公司与市场的有效沟通以及各方产销的调节等原因，当地瓷砖市场竞争逐步回归良性、理性轨道，目前这一竞争态势依然延续。对于进口竞争对手，在公司主要销售区域，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。

16、请介绍一下公司的瓷砖经销商渠道情况？

回复：公司在非洲当地的渠道主要面向经销商，其主要以建材门店为主，同时覆盖一些建材超市；经销商大部分为独家合作，门店装修设计及布局基本会按照公司相关标准执行，另有部分适用批发商的模式，相关限制较少。除经销商体系外，公司亦持续扩展工程客户等业务渠道。

目前，公司通过经销商数字管理系统的加持等，能够快速掌握市场动态，以便动态调整销售策略。因此，公司瓷砖业务下游经销商整体库存周转率较快，维持较好的收益率水平。同时，公司亦通过建店扶持、业绩奖励等措施，强化经销

商的客户粘性。

17、在非洲投建瓷砖产线的门槛怎么样？

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。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；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，相较于国内高速发展时期，当前非洲瓷砖市场整体发展速度有限，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。后续，公司会贯彻“填空”的市场拓展策略，并综合考虑非洲部分区域较好的人口增长水平，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。此外，公司亦会持续关注南美地区的产能布局机会。

18、公司玻璃业务的毛利率情况怎么样？

回复：公司玻璃业务整体毛利率要低于瓷砖业务。其中，公司玻璃业务在本土销售的毛利率大于出口部分。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，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。

19、玻璃业务 2025 年前三季度产销率情况怎么样？

回复：玻璃业务自从 2024 年下半年启动运营，尚需经历产能爬坡与市场导入阶段，因此玻璃业务 2025 年产销率逐步爬升，第三季度产销率超 90%，相较上半年产销率实现了较好的提升。

20、公司玻璃业务主要销售至坦桑尼亚本地及周边国家吗？

回复：公司玻璃业务主要面对下游深加工厂商等场景，通过复用瓷砖品牌“Twyford”进行拓展。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，应用场景主要集中在商业及中高端住宅领域。因此，公司坦桑尼亚玻璃项目的产能除了满足本土及肯尼亚、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。

21、非洲当地玻璃项目的投资门槛怎么样？

回复：考虑到玻璃行业对原材料品质、能源稳定性等方面要求更高，非洲地区优质玻璃项目的投资机会相对较少；同时，非洲多数地区市场需求规模较小，

玻璃渗透率较低，若在当地建厂，产能难以充分消化，因此其相应的投资门槛可能会高于瓷砖行业。此外，玻璃项目单条产线资金投入相比瓷砖更高，同时基于产品协同及市场需求的考虑，一般需要建设多条产线，才能形成较好的规模效应及产品结构优势，从而具备较好的市场竞争力。目前，公司坦桑尼亚玻璃项目已在渠道、成本控制等方面占据了较好的先发优势。

22、公司加纳玻璃项目投产后将销售至哪些区域？净利率怎么样？

回复：加纳玻璃项目投产运营后，其产品将销售至加纳及周边国家等区域。目前，公司已在当地积累丰富的本地运营经验，能够保障相关生产要素的稳定供应；同时，该项目紧邻现有陶瓷生产基地，可通过资源共享实现管理协同与成本优化，进一步提升项目运营效率。未来，公司将争取实现加纳玻璃项目稳定运营后，达到坦桑尼亚玻璃项目的盈利水平。

23、公司为什么去南美秘鲁建设玻璃项目？

回复：主要因为当地玻璃市场需求相对较好，且依赖进口产品，存在供需缺口；同时在销售渠道方面，海外建材合作伙伴森大集团在公司筹备该项目之前已在秘鲁积累了一定渠道及品牌等资源，秘鲁玻璃项目投产后能够复用这些资源，快速接入市场。后续，秘鲁玻璃项目亦将出口至周边国家及地区。

24、请介绍一下 2025 年度洁具业务情况？

回复：2025 年，公司持续优化洁具业务经营管理、生产工艺等，其盈利能力已得到较好的提升；但受制于非洲当地对洁具的需求及价格敏感度，其盈利水平仍相对较低。后续，公司将持续优化洁具业务原料供应、生产工艺，以及培育与推广，并通过招纳国内人才等方式，进一步提升洁具业务盈利能力。同时，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。

25、公司海外建材业务是否会考虑拓展其他品类？

回复：公司亦将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。

26、非洲当地建材的市场增长空间怎么样？

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。而公司布局的撒哈拉沙漠以南目标区域，相比非

洲其他区域，城镇化及人均瓷砖消费水平更低，同时，部分地区如坦桑尼亚、肯尼亚等地区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。

27、公司海外建材业务建厂的考虑因素有哪些？

回复：公司现有产能布局选择了城镇化、基础设施等相对薄弱、人口结构较为年轻且保持稳定增长、经济持续增长，同时本土产能供需存在缺口的国家及地区。考虑到非洲国家数量多、单一市场容量相对较小，目前能够支撑本土建厂的市场机会已相对稀缺或尚未成熟，同时亦比较考验本土已有产能的渠道分销及市场调节等能力。后续，公司将依据现有贸易数据，并综合评估当地政治和营商环境稳定性、市场需求规模、外汇储备及管制措施、原材料及能源供应等因素择机进行产能拓展。

28、公司海外建材业务的汇兑损益波动大吗？今年汇兑损益情况如何？

回复：近年来，公司产生的汇兑损益波动，主要源于海外建材业务大额外币贷款的影响。目前公司存在较多的长期欧元贷款，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。目前，公司海外建材业务外债规模以及融资结构得到一定优化，该部分汇率波动风险亦实现相应降低。

在经营端，公司海外建材板块除了保留维持日常运营所需的本地货币外，其余都会及时换成美元或欧元，且会积极清理货币项目敞口、动态调整产品价格，因此这部分实际面临的汇率波动影响相对较小。此外，海外建材业务部分产能所在地及出口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。

今年以来，美元兑欧元有所走强，但非洲部分本土货币有所走弱，具体汇兑损益情况请以公司后续披露的定期报告为准。

29、公司非洲主要经营地区是否存在外汇管制？

回复：公司在非洲布局产能时，已将当地外汇储备及相关政策作为重要考量因素之一。同时，公司实行本土化生产、销售与用工，收取的大部分货币会用于日常经营支出，因此公司布局的肯尼亚、加纳这些国家基本能够满足公司的换汇需求。此外，公司出口的部分主要按照美元结算。

30、公司建材项目建设的资金需求如何解决？

回复：近几年，公司海外建材业务板块经营业绩以及现金流情况较好，其项目建设资金筹备主要是通过该业务板块盈余资金及贷款渠道解决。

31、海外建材板块融资成本情况怎么样？

回复：鉴于非洲当地的贷款利率相对较高，因此公司在 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，并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。近两年，随着欧元等货币利率的降低，以及海外建材板块融资结构得到一定优化，海外建材板块综合的海外融资成本较早前有所降低。

32、海外建材业务的外债当前规模是多少？后续对负债率的规划是怎样的？

回复：2025 年，公司海外建材业务业绩表现亮眼，实现大幅增长；同时鉴于其整体应收账款账期较短，针对一些比较大型的经销商才会有一定的授信。因此，剔除项目投建以及汇兑损失、资产折旧等影响，其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。鉴于海外建材业务仍有较多项目在建，存在较多的资本开支，公司将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。

33、受中东冲突影响，海运费及能源成本增加对公司业务的影响？

回复：陶瓷机械业务方面，中东地区作为全球主要陶瓷产区之一，其地区冲突或会对公司的陶机销售产生一定影响；但随着相关冲突结束，其投资需求有望得到恢复或提升。海外建材业务方面，公司部分地区项目如坦桑尼亚建材项目，天然气等能源采购于当地，另有部分地区项目能源依赖进口；若本次能源价格长期高企并传导至非洲，包括运费持续维持在较高水平，预计将对公司建材综合成本造成一定影响。但另一方面，部分区域运费上涨及能源供应紧张及价格上升，对来自其他地区的瓷砖、洁具进口产品会产生较大的影响，进而对非洲本土产品的销售以及产品价格提升又有一定的促进。目前，公司部分建材项目正持续通过优化能源供应链管理、推进光伏及生物质燃料等配套项目，推动单位生产成本降低；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，推进降本增效工作。

34、公司海外建材业务如何应对地缘政治风险？当地政府是否会给予一定支持？

回复:海外建材业务本土产能的布局,一般会选择营运环境较为稳定的地区。同时,鉴于公司建材项目一般是当地大型的制造企业之一,对当地就业、产业发展、纳税创汇等方面产生了积极的贡献,契合当地政策导向或法规要求,因此公司及业务品牌亦受到了当地的认可和欢迎,并在营商环境、行业政策等方面得到一定支持。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。另外,对于稳定性较弱但具有潜力的市场,公司会通过出口的方式开展业务,在风险可控的条件下抢占当地市场份额。

35、请介绍一下 2025 年前三季度公司新能源装备及材料业务经营情况?

回复:锂电材料业务方面,2025 年前三季度,受益于下游储能行业快速发展以及公司负极材料产能释放,公司人造石墨产品产销均较上年同比增长超 300%,产销率亦超过 90%,储能领域负极材料出货量位居国内行业前列。与此同时,公司负极材料营收实现大幅增长,盈利水平相比上年同期亦有较好提升,整体已实现盈利。新能源装备业务方面,2025 年前三季度其营收较上年同期亦实现较好增长,主要得益于清洁煤制气装备业务的增长,其单个订单规模较大。

36、公司锂电材料及新能源装备主要是做什么的?

回复:公司负极材料主要面向储能领域,主要为人造石墨等产品的生产及销售,客户涵盖部分储能头部企业。新能源装备主要为清洁煤制气装备、锂电正负极材料装备等产品的生产及销售。

37、公司持有蓝科锂业多少股权?

回复:公司持有蓝科锂业 43.58%股份,控制其 48.58%表决权,按持股比例将蓝科锂业的净利润计入归母净利润。

38、请介绍一下蓝科锂业碳酸锂产能以及生产成本情况?

回复:蓝科锂业拥有约 4.1 万吨/年碳酸锂产能。在生产成本方面,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。但其碳酸锂生产成本始终处于市场较低水平,保持着优异的盈利水平及竞争优势。

39、蓝科锂业碳酸锂售价策略是怎样的?是否会开展套期保值?

回复:蓝科锂业碳酸锂产品的销售采用随行就市的定价原则,销售价格随市场行情动态调整。双方股东会支持蓝科锂业根据日常经营需要,择机开展碳酸锂产品合理的套期保值业务,以保证其经营的稳定性和可持续性。

40、公司今年的资本开支规划是怎样的?

回复:按照已有资本开支规划,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 4 条陶瓷产线、2 条玻璃产线处于筹建或建设阶段，同时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，公司将开展产线技改等相关工作。

41、公司推进本次资产重组的考量是什么？

回复：海外建材业务是公司近年业绩增长最快、业务体量较大的核心业务之一。本次股权收购，一方面预计将进一步增厚上市公司业绩，提升股东回报能力；另一方面，引入森大集团有限公司成为上市公司股东后，公司将实现更高效的资源调配与战略协同，进一步深化海外业务布局，加速海外建材市场拓展；同时进一步优化公司整体的股权架构。

42、请介绍一下科达制造和森大集团合作历程？

回复：森大是最早进入非洲、南美洲等海外市场的国际贸易企业之一，经过多年的发展，在当地铺设了广泛的营销网络与渠道，积累了较多本土资源。自 2016 年公司与森大在非洲建厂后，合资公司依靠森大当地广泛的销售网络，快速完成了部分进口建材产品的市场替代。

历经多年合作，沈总及森大集团对公司的管理模式、经营发展、战略规划以及企业文化等方面均比较认可，双方均有意愿在上市公司层面深化合作。基于前期相关渠道、商标等整合工作的告一段落，以及当前特福国际初步完成了“瓷砖、玻璃、洁具”品类的构建，在当前资产重组政策的支持下，公司近期发布了《发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易预案》，拟实现对海外建材业务板块的全资控股。根据预案内容，森大集团在成为科达制造股东后，将凭借其深厚的市场研判能力以及成熟的渠道管理体系，能够从渠道资源、市场拓展以及产业协同等维度持续为公司赋能。

风险提示：上述预案能否取得有关主管部门批准、审核通过或同意注册，以及最终取得批准、审核通过或同意注册的时间均存在不确定性，敬请注意投资风险！

43、公司 2026 年是否还产生大额的资产减值？

回复：2025 年度，公司结合客户信用状况、资产实际运营状态等，已充分计提相关减值，如实反映当期资产的实际价值与风险状况。

44、科达制造的管理架构是怎么样的？

回复：公司已形成了与业务结合有效的管理模式，其中董事长负责集团战略规划，三位执行董事分别管理公司陶瓷机械及海外建材，两位副总裁以及董事会

	秘书、财务负责人，则分别负责协调部署财务、人事、行政、投资、证券、法务等职能部门以及有关独立子公司工作落实执行。而在外部各大股东层面，各方对公司现在的管理模式、经营发展及战略规划等方面也都是比较认可的，在涉及较为重大的事项，公司也会及时保持与主要股东的沟通。
附件清单 (如有)	无