

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 9 月
接待对象	国金证券、汇添富基金、中国人寿资管、WCM Investment、 上证 E 互动提问投资者
地点	线上、科达制造总部大楼、上证 E 互动
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、月度交流问答 1、2026 年上半年，公司海外建材板块各产品的经营情况如何？产品价格及毛利率水平如何？未来趋势如何判断？玻璃及洁具产品是如何考虑的？ 回复：2026 年上半年，公司实现建筑陶瓷产品产量约 1.10 亿平方米，浮法玻璃产量超过 17 万吨，洁具产量超过 160 万件，产销量基本处于满产满销状态，同时，公司建筑陶瓷及玻璃产品售价同比去年同期有所增长，最终使得公司海外建材业务整体实现营收 49.29 亿元，同比增长 30.70%；毛利率为 43.88%，同比增长 7.08 个百分点，其中瓷砖品类更高，玻璃超 30%，而洁具产品目前利润水平较低，但其自 2025 年以来已实现明显改善。上半年，产品均价同比有所提升，但部分受益于国际局势等偶然因素，不一定能够长期维持。中长期看，海外建材业务整体 35%-40%的毛利率较为可持续。公司市场人员每周会通过市场调研走访方式了解价格，并根据销售情况动态调整售价。 玻璃业务方面，销售至东非共同体区域内的产品毛利率较高，出口至其他更远区域的产品毛利率较低。随着本地需求的增长，若玻璃在东非区域的销售比例提升，将带动其毛利率上升。此外，秘鲁玻璃项目于年内投产，投产初期存在一定爬坡阶段，短期可能对板块利润有一定影响。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。

2、公司瓷砖产品价格是怎么设定的？

回复：公司瓷砖产品定价一般会参考进口产品的 FOB 价、海运费用、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；同时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。

3、今年公司建材产品成本端是否发生重大变化？

回复：从今年前 2 个季度来看，公司海外建材业务的毛利率较为稳定，该业务的原材料主要在非洲当地采购，仅有釉料等少量原料需要通过进口，对整体原材料的成本影响较小。从能源结构来看，该业务的能源中天然气、煤炭等占比较高，柴油、汽油以及重油等石油制品相对较小。例如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。公司已根据产销节奏在原料及能源方面建立一定的储备，从今年上半年来看，能源波动对公司海外建材产品综合成本影响有限。

4、瓷砖业务方面，公司与当地头部企业当前的竞争情况如何？

回复：非洲瓷砖目前市场格局相对稳定，公司主要头部竞争对手是来自于中国的一家企业，两者在非洲产能规模接近。公司瓷砖业务遍布多个国家和地区，并非集中于某一特定市场，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。在公司已布局的区域，双方在部分区域均有工厂，维持相对平衡状态；在新区域，双方可能存在一定卡位竞争。同时对方目前亦趋于多元化经营，除瓷砖外，还在造纸等领域进行投资布局。

5、公司海外建材板块的在建项目情况如何？未来有哪些资本开支？

回复：公司一直在规划和论证一些新项目，以确保海外建材业务仍然保持相对较好的增长。目前，公司已投产的产线具备约 2 亿 m²/年瓷砖、40 万吨/年玻璃、260 万件/年洁具产能。自年初至今公司已经披露了 7 个规划项目，瓷砖方面包括科特迪瓦二期、肯尼亚基苏木二期、塞内加尔三期、几内亚项目，未来随着这 5 条陶瓷生产线陆续在 2026 至 2027 年内投产，建筑陶瓷有效产能将从 2 亿 m²增长至近 2.7 亿 m²，能够保证公司瓷砖有超过 30%的产能增长基础。玻璃品类方

面，随着秘鲁玻璃项目今年的投产，加上明年加纳新增的玻璃项目投产，整体产能会从现有的 40 万吨增长到约 80 万吨。洁具品类方面，除了乌干达的收购项目，还有加纳洁具的扩产，产能预计也将增长至约 500 万件/年，这些预计也会在 2027 年内投产。除此之外，公司目前还有一些项目在论证阶段，成熟后将依法依规披露。

6、公司新增建材产能投产后能否快速消化？会否导致市场供需失衡？

回复：新增产能的消化主要通过在新区域进口替代和原区域的自然增长实现。一方面，公司已建立完善的销售渠道，新增产能投产后可在较短时间内达产运行。另一方面，非洲目前仍有约一定比例的瓷砖依赖进口，公司在本地生产后，成本及定价低于进口产品，具备明显优势。同时，公司也会持续进行市场调研，动态调整价格，维持产销平衡。

7、公司如何展望非洲建材业务的中长期增长前景？

回复：从长期看，非洲市场具备确定性的增长基础。首先，根据联合国《2024 年世界人口展望》预测，2026 年非洲新生儿将超过 4700 万，超过 60% 的人口年龄在 25 岁以下，人口结构年轻，预计到 2050 年人口有望翻倍，为消费市场持续扩容提供支撑。其次，撒哈拉以南非洲城镇化率仍有较大提升空间，城镇化趋势不可逆。这两个因素共同奠定了非洲建材市场中长期增长的基础。

8、公司在非洲业务的本地化程度如何？

回复：公司在非洲已建立起较高程度的本地化运营体系。在管理层级方面，高层管理岗位（如国家总经理）目前均由中方人员担任，且平均在非洲任职年限较长，团队稳定性较高；中层管理岗位已逐步引入并培养本地员工，本地化比例持续提升；基层管理岗位已有相当一部分由本地员工担任，整体而言海外建材业务板块有超过 90% 为非洲当地员工，且员工稳定性较好。

公司已采取多项措施维持本地化团队的稳定性，包括针对本地风俗文化和传统，在管理方式上做出适应性调整，结合非洲员工的文化特点开展业余活动，并积极推动本地员工理解中国文化和管理方式，例如为本地员工免费提供中文培训、教授本地厨师制作中餐、定期向员工发放中国文化相关资料等，促进文化认同与融合。在这些措施综合作用下，公司在非洲各工厂的本地团队保持了较高的忠诚度和稳定性。

9、公司在非洲建材业务的护城河体现在哪些方面？渠道和品牌优势如何？未来 3-5 年竞争格局是否可能发生变化？

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，公司海外建材业务除已形成资金及融资、海外运营与管理经验等优势外，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，公司“特福”品牌在非洲运营超过 20 年，当地认知度高，瓷砖品类已形成了一定的品牌优势，较当地同类型本土产品实现了一定产品溢价。通过长期积累，公司的渠道忠诚度和控制力更强，已形成较好的渠道壁垒。

另一方面，当前非洲建材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，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。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。瓷砖、玻璃均属于重资产投资行业，新进入者若无品牌、渠道和资金优势，将面临较大市场压力，投产后产能利用率可能很低。未来我们将持续通过扩建和新区布局卡位，巩固先发优势。

10、公司与森大集团的合作背景及当前关系如何？

回复：森大集团是最早进入非洲、南美洲等海外市场的国际贸易企业之一，经过多年的发展，已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。2015 年，森大集团计划转型本地化制造，在向公司购买设备过程中，因双方理念契合，决定合资在非洲经营建材业务，由森大集团主要负责销售渠道建设、辅助设备及材料采购等，由公司负责工厂布局、产品及工艺管理、生产制造及财务管理等。早期森大集团的渠道和物流服务对合资业务的拓展及帮助很大，根据前期合作约定，相关渠道、品牌在经营过程中已逐步转入合资公司，目前合资公司已独立开展采购、生产、销售等运营活动，公司和森大集团也会持续支持海外建材业务的发展。

11、上半年建材机械产品国内外产销情况如何？对下半年预期如何？

回复：从整体看，建材机械业务海外和国内的收入占比大致为 60%、40%，接单方面海外订单占比更高。其实今年建材机械业务所面临的市场环境较去年更有难度，对于今年复杂的国际局势而言，与海外建材业务受益于海运上涨不同，

建材机械业务国内出口货运柜相对紧张；同时，上半年能源供应短缺带动涨价，例如印度陶瓷产区一度停产、投资活动有所减弱，对陶机销售和接单造成一定影响，7月份以来逐步恢复。国内接单因区域性产能技改优化等需求，上半年出现一定反弹，但毛利率水平较弱，后续公司将对国内订单有所取舍。目前建材机械的接单和收入基本处于持稳状态，盈利水平有所恢复，但仍较难达到2024年的水平。

12、陶瓷机械业务未来展望如何？配件耗材的增长逻辑是什么？

回复：国内陶瓷机械市场已逐步降至较低水平（含配件耗材服务），后续下降空间相对有限，处于筑底阶段。当前国内头部陶瓷企业为保持竞争力，仍有节能、自动化等设备更新改造需求，公司亦有结构性发展机会；海外陶机方面，受地缘政治和能源供应影响呈区域分化状态，但整体稳中有升。配件耗材服务方面，根据公开数据及公司测算，其全球市场规模相较陶机设备更为广阔，但相较于陶机设备市场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。此外，公司陶机正向其他跨行业领域应用（如汽车轮毂、铝型材），该部分业务2025年接单金额约5亿元，未来有望持续增长。

13、公司对蓝科锂业的定位和规划是什么？

回复：公司参股的蓝科锂业，其作为公司的战略投资业务，在行业中具备显著的成本优势，近年来业绩较好，也持续为公司贡献稳定的现金流。目前，公司没有投资锂业的计划，也无出售蓝科锂业的计划。

14、汇率波动对公司经营和报表有何影响？如何管理？对后续如何判断？

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。在经营端，除了保留一部分日常运营所需的本地货币外，公司海外建材板块会及时将其余本地货币换成美元或欧元，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。公司已通过减少欧元负债、增加海外人民币贷款等方式进行调整，日常经营中也会及时关注汇率市场的情况。汇率方面较难预测，特别是近年来国际市场较为波动，公司会积极关注汇率市场的情况。

15、公司分红政策如何？

回复：公司 2025 年度的股利支付率约 44%，未来将在不低于 30%的情况下，争取尽量提升。资本开支较大的年份可能略有调整，但会尽力维持基本要求。

二、上证 E 互动问答

因公司当前无法使用上证 E 互动问答功能，特汇总 9 月相关问题回复如下：

1、众多中小股东看好公司经营与业绩买入股票，近期股价连续大跌，投资者亏损严重。此前重大收购被否已重创市场信心，本次又推出 45 亿元负极扩产计划。请公司回复：（1）45 亿项目资金构成，贷款占比及每年新增利息；（2）50 万吨负极产能订单保障，针对行业产能过剩有无盈利压力测试；（3）面对股价持续下跌，是否考虑回购、大股东增持稳定股价；（4）本次投资决策时，是否评估对现金流和市场信心的冲击。

回复：近期公司股价持续下行，公司深感抱歉，但前期重组项目及本次投资项目是 2 件独立并行的工作，均是基于公司长远发展及业务需求所推进的，就您的相关问题回复如下：（1）本次投资项目的 45 亿元资金由固定资产投资及运营流动资金构成，公司将采取自有资金结合项目贷款的方式提供资金，预计贷款比例较高，具体金额将取决于最终银行审批额度，利息水平参考国内市场利率，整体财务风险可控。（2）公司基于政策及市场情况、子公司在手订单及客户意向等因素，本次规划建设 50 万吨负极材料项目，整个投资并非一蹴而就，公司评估行业产能消化的压力有波动但整体稳健，同时公司也会根据订单情况，酌情做出分步投产等调整策略，以达到合理的盈利水平及较高产能利用率的目标。（3）基于海外建材、负极材料项目的建设计划，以及未来潜在项目的资金需求及安排，当前公司暂未有股票回购、大股东增持的计划，公司会积极与市场沟通，通过业绩及经营成效凸显公司的价值。（4）本次投资决策作出时，公司已评估对现金流的影响。从企业经营和战略投资的角度而言，我们认为不管是海外建材项目亦或是本次负极材料项目，都是有助于公司未来长期发展且持续跃升的业务，公司会充分考虑资金情况，并抓住市场的时间窗口，为股东带来更好地、可持续的回报，因此，本次投资项目也不会影响公司未来对海外建材业务的建设规划。

2、该大额投资的风险压力测试如何开展，项目设置了怎样的止损机制，保障中小股东权益？是否充分评估项目对未来两年现金流的冲击？项目是否会影响公司未来几年分红率？项目投产后是否会拉低公司整体毛利率？

回复：公司基于政策及市场情况、子公司在手订单及客户意向等因素，本次规划建设 50 万吨负极材料项目，公司评估行业产能消化的压力有波动但整体稳

	健，同时公司也会根据订单情况，酌情做出分步投产等调整策略，以达到合理的盈利水平及较高产能利用率的目标。公司内部高度重视相关项目的建设，并积极推进相关潜在客户的落实，会争取为股东带来持续的业绩回报。公司已充分评估项目对未来现金流的影响，整体财务风险可控。现金分红方面，公司 2025 年度的股利支付率约 44%，资本开支较大的年份公司可能略有调整，但会尽力维持合理水平。因项目的各项成本优势，投产后预计有助于提升锂电材料业务的盈利水平。 3、下半年到 2027 年，海外建材业务预期是否仍是公司第一大收入来源？加码投资负极材料，后续负极材料子公司会否单独剥离上市？ 回复：今年下半年到 2027 年，根据公司当前各项产能情况，海外建材业务仍是公司第一大收入来源，公司仍有较多海外建材项目在建设过程中，并预计于 2026 年至 2027 年内投产。负极材料子公司当前并无单独剥离上市的计划。 4、公司负极是否分期扩产？比如先扩产 20 万，非直接上 50 万，更好理解为负极材料订单按需扩产，非恐慌折旧 回复：整个投资并非一蹴而就，公司会积极推进现有客户及潜在客户的订单落实，并根据订单情况，酌情做出分步投产等调整策略，以达到合理的盈利水平及较高产能利用率的目标。
关于本次活动是否涉及应当披露重大信息的说明	不涉及
附件清单（如有）	无