

证券代码：600499

证券简称：科达制造

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 type="checkbox"/> 其他（线上）
时间	2024年6月
接待对象	甬兴证券、太平养老保险、国泰基金、玄甲私募基金、宽行私募基金、金丰创晟私募、Point72
地点	线下（科达制造总部大楼）
上市公司 接待人员	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、公司去年主营业务海外收入占比约 60%，今年海外收入占比预期会更高一些吗？</p> <p>回复：今年主营业务海外收入占比预计较去年将进一步提升，分业务来看，在陶瓷机械方面，今年一季度海外接单占比超 65%，海外订单大幅增加，尤其是欧洲地区订单增加较为明显，后续公司也将持续通过覆盖更多国家及地区并完善当地本土化服务体系，实现业务可持续增长；在海外建材方面，今年公司喀麦隆 2 条建筑陶瓷生产线将陆续投产，综合去年投产的 3 条产线产能在今年的完整释放，预计瓷砖产量同比会有较好提升；同时今年有 2 条洁具产线运营，坦桑尼亚玻璃项目预计也会在三季度投产，预计海外建材业务规模将进一步提升。此外，公司其他业务亦将复制陶瓷机械、海外建材业务的全球化经验，构建全球销售网络，开拓更广阔的市场，进一步提升市场规模及核心竞争力。从未来趋势来看，公司海外收入比重会越来越高。</p> <p>2、今年陶瓷机械在手订单情况怎么样？</p> <p>回复：今年一季度陶瓷机械订单非常饱满，同比大幅增加，其中海外订单占比进一步提升，国内订单也企稳。</p>

3、陶瓷机械产品海外主要销往哪些区域？海外市场需求可持续怎么样？

回复：陶瓷机械业务今年一季度从接单情况来看，东南亚、中东及欧洲地区接单情况较好。

单个国家可能会存在行业周期特性，因此，我们希望借助全球化的布局，通过覆盖更多国家来平滑周期的波动。面对全球陶机市场，一方面公司通过设立子公司、建立生产基地等方式持续深耕全球主要陶瓷产区，并将发展重点放到中高端市场。同时在产品矩阵方面，公司进一步实现从“陶机装备的提供与服务”到“全方位的产品及服务提供商”的转变，纵向往配件耗材等产业链延伸。

4、随着公司陶机海外订单增长，陶机整体利润水平会上升吗？

回复：其实目前陶瓷机械业务的毛利率已经达到比较好的程度了，近几年都有小幅提升。分地区来看，陶机海外业务的毛利率水平更好，因此未来随着海外订单占比的提升，以及生产和管理精益项目的开展，陶机整体盈利水平有望进一步优化。

5、怎么看待陶瓷机械的国内需求情况？

回复：2023 年公司陶瓷机械国内收入有所下滑。从下游市场来看，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。但中国依然是全球规模最大的瓷砖市场，依然存在陶瓷机械设备更新、迭代的需求。特别是国内一些老旧产线，需要通过包含装备迭代在内的方式优化生产成本，以提升陶瓷企业在需求下滑、竞争加剧、内卷严重大环境下的竞争力。

6、公司陶瓷机械需求会有淡旺季特征吗？

回复：随着公司全球营销网络及海外本土化服务体系的建设，公司陶瓷机械业务海外收入占比逐步提升。就陶机全球市场整体而言，因涉及的国家较多，陶瓷机械整体接单并未体现出很明显的淡旺季区分。从 2023 年全年订单情况来看，下半年特别是海外订单增长比较明显，这种情况一直延续到今年，陶瓷机械订单都实现较好增长。

7、过去这几年公司陶机产品在效率方面有显著的提升吗？

回复：近年来，我们持续加大软硬件设施投入，如建设数字化工厂、升级生产基地，以及 2018 年收购了意大利陶机企业唯高，通过融合意式制造进一步完善公司产品线及产品力，目前公司陶机产品在数字化水平、质量控制水平等方面已经不逊色于意大利同行的产品。同时相对于意大利产品，我们具备产量大、成

本低的优势，并在产品价格方面有显著的优势。

8、公司配件耗材业务运营模式是怎样的？市场空间有多大？

回复：在配件领域，对于核心装备的一些配件，公司在国内也建有生产配件的基地，会针对陶瓷生产过程中的高频需求，并结合利润水平开展相关业务。除了自己生产外，公司还通过收购的方式，吸纳一些优秀的企业、技术，进一步开拓配件市场，如 2023 年公司收购意大利模具企业 F.D.S. Ettmar。在耗材领域，我们 2023 年收购了国内墨水龙头国瓷康立泰 40%股权，其 2022 年收入约 10 亿。目前公司已与其共同设立了广东康立泰公司，并由科达制造控股，未来将通过科达制造的海外客户资源，协同陶机业务推进其墨水等海外业务的拓展。

从宏观来看，全球配件耗材的市场比陶机市场更为广阔，其使用频率也要比陶机高，有助于加强与客户间的黏性。未来随着配件耗材领域的深入开展，这一部分收入比例也会越来越高，将持续为陶机业务规模带来积极作用。

9、配件耗材的毛利率情况怎样？

回复：配件耗材业务中不同产品的毛利率水平不一样，部分产品毛利率相对较好；部分合作业务是通过合资设立的贸易公司面向海外市场销售，会由科达制造控股且并表，将维持合理的毛利率水平。

10、陶瓷机械都有哪些通用化发展？

回复：目前陶机的通用化主要围绕、利用现有的陶瓷机械装备的能力去外延，比如压机的通用化，像铝型材挤压机，可以应用于光伏边框、汽车轮毂等领域；窑炉的通用化，像锂云母焙烧窑等装备，可以用于正极材料生产制造环节等，包括我们也在做洁具、耐用材料及餐具等方面的窑炉；其他的像原料设备、智能仓储装备、包装装备、抛磨设备等，都会在合适的时机向外延伸。

11、请介绍一下铝型材挤压机是和房地产关联度比较高吗？

回复：公司的铝型材挤压机应用领域比较多元化，以往主要面向铝合金建筑型材，目前也有应用于光伏边框等领域，整体水平处于国内前列。

12、2023 年陶瓷机械海内外营收占比怎么样？

回复：从收入层面来看，2023 年陶瓷机械国内及海外收入接近各占一半，同时海外接单超 55%。在国内市场，公司亦通过陶瓷机械核心设备通用化领域的延伸，为陶瓷机械国内部分带来了增量，比如 2023 年铝型材挤压机接单约 4 亿元。

13、非洲当地的城镇化率是怎样的情况？

回复：非洲整体人口基数较大，但国家相对较多，每个国家的城镇化水平会有差异，但整体的城镇化率超过 40%，基础设施相较落后。

14、公司海外建材业务在非洲主要覆盖哪些区域？

回复：目前合资公司在肯尼亚、加纳、赞比亚、塞内加尔、坦桑尼亚等东非及西非国家建设了 6 个生产基地，除了在本国销售外，还向周边的国家出口，目标覆盖区域主要围绕在撒哈拉沙漠以南地区的非洲国家。目前，合资公司已在非洲多地建立集中存储或中转仓，用于中转及出口等。此外，合资公司布局在临海地区的项目，也可以通过海运有效延伸销售半径。与此同时，公司于西非科特迪瓦及偏中部的国家喀麦隆正在建设陶瓷项目，未来也将通过本地销售及出口的方式覆盖更多非洲区域。后续公司也将持续寻找相对空白的市场，择机进行本土化的布局。

15、公司瓷砖出口区域会基于什么因素考虑？

回复：公司在非洲生产的瓷砖主要还是销往本国，部分会销往周边国家，出口时会综合运输成本及当地市场情况等因素考虑。

16、海外建材中瓷砖业务面向的客户类型是怎么样的？

回复：海外建材主要面向经销商，大部分个体规模较小，依据店面规格等因素采取分类管理，绝大部分采用专卖店的形式；另有少部分适用批发商的模式，限制较少。另外，我们在当地也跟地产商有合作，但比例很小，当地主要以自建房或者很小的开发商为主。

17、海外建材的渠道建设是怎么样的？

回复：海外建材业务前期主要通过公司合作伙伴森大集团成熟的销售，目前，公司已经设立了海外建材板块的二级总部，整合相关建材业务的人员、渠道，加强业务板块的独立性，降低与森大集团未来的日常关联交易。该板块由公司董事沈总作为业务板块董事长，由公司副总裁、董秘李总作为业务板块总裁，共同推进海外建材业务的发展，未来相关业务职能、工厂、渠道均由海外建材总部统一管理。

18、公司海外建材业务和竞争对手在非洲市场份额怎样？

回复：2023 年，公司瓷砖产量约 1.5 亿 m²，销量 1.42 亿 m²，除了在陶瓷工厂所在的几个国家中市场份额较高外，公司也在通过出口的方式持续开拓更多非

洲市场，积极提高瓷砖业务的市场规模。

公司在非洲的本土竞争对手主要是来自中国的一家企业，两者在非洲的已投产规模相差不是很大，产能布局在部分国家会有重合。

19、海外建材非洲当地进口瓷砖的量级有多大？

回复：在撒哈拉以南的非洲地区，随着当地本土产能的扩张，已逐步替代了原有的进口份额，其已占据主要市场份额。目前当地进口瓷砖的份额占比有限，主要是满足一些差异化的需求，比如一些特殊规格、特殊图案等瓷砖。

20、如果现在进入非洲瓷砖市场会比较难吗？

回复：现在来看，非洲当地瓷砖市场竞争程度有所上升，本土产能占有主要的市场份额，完全空白的市场较难寻找。同时，非洲部分地区的基础设施配套方面相较于国内来说比较欠缺，需要公司前期做更多找寻、沟通及协调等筹备工作。其次，非洲国家数量多，整体规模较小，随着当地经营规模的扩大就会涉及运输、出口、清关等事项，这些渠道都需要花费长时间去建设。同时，跨境经营还面临着海外运营团队的建设，目前海外人才竞争比较激烈，公司正通过员工持股计划等方式留住优秀的人才。此外，在不同的文化习俗环境下还涉及本土人员管理问题，以及还必须面对当地的法治环境、经济环境等差异。

21、怎么看待非洲瓷砖未来的市场空间？

回复：2022 年之前，海外建材整体营收规模增长较快，主要因为当地本土产能的缺失，公司在建厂后，依靠森大当地广泛的销售网络，快速完成了部分进口瓷砖的市场替代。目前来看，非洲当地瓷砖市场竞争程度有所上升，本土产能占有主要的市场份额。从需求端来看，根据 MECS-Acimac 数据统计，2022 年全球仅非洲地区瓷砖消费量在增长，整体消费量同比增长 5.4%，而其他大洲或区域在下滑。同时，据其预测，2022-2026 年，非洲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%。因此我们认为非洲整体市场虽然不像中国发展的那么快，但仍然处于一个稳定增长的状态，我们依然看好非洲未来的发展潜力。

此外，除瓷砖外，公司已投产洁具、并布局玻璃等品种，未来也将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。

除了非洲，公司也正在全球范围内持续寻找相对空白的市场，根据现有的出口数据，以及结合当地市场人口规模、城镇化发展阶段、经济发展潜力等，积极

探索、寻找没有本土产能的市场区域。

22、海外建材除了瓷砖，其他品类在生产制造端具有优势吗？

回复：我们装备业务也会做一些洁具烧成设备，因此窑炉设备可由我们自己提供，在制造端能有部分协同。

23、请介绍一下目前海外建材中洁具的情况

回复：公司在加纳、肯尼亚共规划了两个洁具项目，都已经投产开始试运行，目前上述项目均在爬坡阶段，尚需时日达到规划的满产状态。我们正根据试运行阶段得到的反馈，通过加强工艺改进、优化原材料供应以及加大生产人员培训等，去优化洁具生产并提升良品率，提升产能利用率。

24、玻璃和洁具运营稳定后的盈利水平和瓷砖相比如何？

回复：选择这两个品类拓展主要是考虑城镇化过程中的家装需求，洁具是品牌驱动型的产品，在未来品牌培育到一定阶段后，洁具有望借助本土化等优势达到不错的盈利水平。而玻璃行业是通用化产品，从整体水平来看，利润水平或较瓷砖稍低。目前玻璃产线尚未投产，后续，随着玻璃和洁具生产线的运营稳定，整体上从产品结构而言，将有助于海外建材业务的整体发展。

25、今年海外建材净利率预计会达到什么水平？

回复：今年一季度，除了价格影响外，在财务费用端，今年海外建材非洲及美洲有 5 个项目在建，相比往年扩建产能，目前较多为在新增国家的全新产能项目，会涉及到买地、建厂房等，资本开支较多。其中部分通过外币贷款的资金又导致外币贷款规模增加，叠加当前较高贷款利率环境，公司海外建材业务的财务费用有所增加。此外，在人工成本端，近年来出海非洲的企业越来越多，海外人才竞争加剧，新增项目及市场的拓展对相关海外人才需求增加；同时公司海外建材板块二级总部的建立，相关业务职能亦会并入二级总部统一管理，将导致部分人工成本的增加。因此今年一季度的净利率水平有所下滑。

后续，我们会根据市场情况、项目进展以及经营策略择机进行瓷砖价格的提升，并持续进行高端品牌的培育，希望整体提升盈利能力。此外，我们也正在开展一系列降本增效工作，包括用光伏发电替代部分高电力成本、自建包装产线降低成本等，希望助力业务盈利水平提升。同时考虑到玻璃、洁具等建材产品在投产初期会有爬坡及调试的过程，抛开汇率的影响，我们会争取今年海外建材业务整体净利率相对稳定。

26、海外建材中期规划是怎样的？

回复：截至今年一季度末，公司已于非洲五国运营 6 个生产基地，拥有 17 条建筑陶瓷生产线、2 条洁具生产线。同时，公司的坦桑尼亚及南美秘鲁建筑玻璃生产项目、喀麦隆、科特迪瓦以及中美洪都拉斯陶瓷生产项目正在建设中。在现有规划项目全部达产后，预计公司将合计形成年产近 2.2 亿平方米建筑陶瓷、260 万件洁具及 40 万吨建筑玻璃的产能。

除上述产能规划外，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，或通过并购方式进行区域整合。

27、公司海外建材未来两三年的资本开支情况如何？

回复：在瓷砖方面，公司喀麦隆、科特迪瓦及中美洪都拉斯瓷砖项目正在建设中，其中喀麦隆瓷砖项目预计今年点火投产，科特迪瓦及洪都拉斯瓷砖项目预计明年投产。在玻璃方面，公司非洲坦桑尼亚及南美秘鲁玻璃项目正在建设中，其中坦桑尼亚玻璃项目预计今年投产，秘鲁玻璃项目预计明年投产。因此，公司这几年的资本开支相对还是会比较多，主要集中在海外建材业务。

28、蓝科锂业碳酸锂生产成本是怎样的？

回复：2023 年以来，蓝科锂业的碳酸锂受原料价格因素影响生产成本有所上涨，但仍具有成本优势及环保优势。同时蓝科锂业还向盐湖股份支付部分卤水前系统维护费，相关收取标准参照碳酸锂市场价格，并结合相关成本因素动态收取。

29、公司会参与蓝科锂业的日常经营吗？

回复：蓝科锂业的日常生产经营主要是由管理层负责，而在董事会层面，主要决策蓝科锂业的重大事项，并听取蓝科锂业的经营汇报。蓝科锂业董事会由 5 名成员构成，其中科达制造提名 2 位董事，分别为科达制造的董事张仲华先生、副总裁及董秘李跃进先生，且张董目前也担任蓝科锂业的董事长。股东双方会在董事会层面探讨蓝科锂业的未来发展，支持蓝科锂业的各项技改、研发、经营管理工作。

30、科达制造的管理架构是怎么样的？

回复：公司董事会由 12 名董事组成，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建材机械、海外建材、锂电材料业务，另有四位大股东提名的非执行董事以及四位独立董事提供专业判

断及行使监督职能。此外，公司还有三位副总裁，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，包括近期第一大股东的一致行动人宏宇集团与第二大股东广东联塑积极参与新华联关于公司股份的司法拍卖，以高于起拍价的价格竞买了合计超 8000 万股。

31、公司未来的分红是如何规划的？

回复：公司近几年基本上都是按照净利润的 30%左右实施现金分红，特别是近两年，我们都持续回购股票，2023 年回购近 3.4 亿元。如果考虑回购这部分金额，2023 年公司现金分红和股份回购合计金额占当年归母净利润的比例约 46%。后续来看，公司会综合考虑经营情况及战略规划，践行稳定、持续的分红政策。

32、公司如何通过激励措施绑定核心管理层？

回复：为了充分提升业务管理团队的积极性和稳定性，建立长效激励约束机制，除了管理层自有持股外，公司通过开展上市公司员工持股计划及在业务板块子公司搭建员工持股平台，把管理层和公司发展紧密地捆绑在一起。

33、请介绍一下公司董事沈总和新华联拍卖股份过户事宜

回复：基于对公司的长期看好，截至 6 月 20 日，沈总已累计增持超 740 万股，相关持股变动已在上海证券交易所官网“董事、监事、高级管理人员、核心技术人员持有本公司股份变动情况”栏目及时公示。

6 月 21 日，新华联控股被拍卖的 81,341,152 股无限售流通股已完成过户，其中广东宏宇涉及 6434.12 万股，竞拍的价格为 9.99 元/股；广东联塑涉及 1700 万股，竞拍价格 10.09 元/股。

附件清单 (如有)	无
--------------	---