

# 福耀玻璃工业集团股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

证券简称：福耀玻璃

证券代码：A 股 600660；H 股 03606

<b>投资者关系 活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
<b>参与单位 名称</b>	线上投资者
<b>时间</b>	2024 年 10 月 29 日
<b>地点</b>	上海证券交易所上证路演中心
<b>公司参与 人员姓名</b>	董事兼总经理叶舒、董事兼财务总监陈向明、董事局秘书李小溪
<b>投资者关系 活动主要内 容介绍</b>	<p><b>Q：请问今年前三季度，福耀玻璃在汽车市场玻璃方面的占有率 是否有提高？能否披露相应数据？</b></p> <p>A：您好，根据公司内部测算，截至 2022 年末公司全球市占率约 34%。2023 年公司营业收入同比增长 18%，2024 年 1-9 月公 司实现合并收入同比增长 18.84%，均大幅高于汽车行业平均增 速。</p> <p><b>Q：今年 1 至 9 月，中国汽车产销分别完成 2147 万辆和</b></p>

**2157.1 万辆，同比分别增长 1.9%和 2.4%。与之相比，福耀玻璃前三季度营收 283.14 亿元，同比增长 18.84%；净利润 54.79 亿元，同比增长 32.79%。前三季度营收和净利润均创历史新高。在中国汽车市场整体增速较低的情况下，请问公司为何能实现较快增长？**

A：您好，1、公司作为头部企业，虹吸效应增强；2、公司产品结构持续优化升级，高附加值占比持续提升；3、公司深化数字化精益管理，推进自动化信息化进程，提升效率效益；4、公司不断加强研发投入，发挥创新引擎作用；5、公司综合竞争力持续增强。

**Q：SAM 业务目前什么状况？预计什么时候能扭亏？美国光伏项目经营情况如何？**

A：您好，1、2024 年 1-9 月，德国 FYSAM 营业利润为-665 万欧元，同比减少亏损 1,706 万欧元，公司将加快现有工厂的产能爬坡、效率提升，发挥铝饰件国内外协同效应，发挥铝饰件与汽

车玻璃的协同效应，提升公司的综合竞争力以及铝饰件的盈利能力。2、公司位于美国的全资子公司福耀玻璃伊利诺伊有限公司有生产光伏组件背板玻璃，目前有背板玻璃四条深加工生产线，产量约 13 万吨左右，经营状况良好。

**Q：请问公司现在产能利用率是多少？新增加的产能预计什么时候可以投产？**

A：您好，公司产能利用率约 80%以上，公司投资建设的福清阳下项目、安徽项目预计明年年底建成，后续进入爬坡量产。

**Q：1、年内新增的 2.3 亿的土地使用权是在哪里购置的土地，用于哪个项目建设？2、拟投资 32.5 亿建设的福清项目和 57.5 亿建设的合肥项目预计何时投产、预计哪年达到满产？**

A：您好，1、主要是福清阳下和安徽项目购买土地使用权支出；2、公司投资建设的福清阳下项目、安徽项目预计明年年底建成，后续进入爬坡量产。

**Q：您好，公司第三季度营业收入增速相比前几季度有明显的放**

**缓，是什么原因导致？第四季度营业收入增速预计会回升还是平稳或继续放缓？**

A：您好，公司第三季度营业收入同比增长 13.4%，中国汽车产量第三季度同比下降 3.2%，高于行业平均增速。公司看好汽车玻璃发展前景。

**Q：请问福耀玻璃去年底宣布建设的福清基地目前已经开工建设了吗？谢谢？**

A：您好，2024 年上半年已开工，预计明年年底建成，后续进入爬坡量产。

**Q：尊敬的公司管理层，你好。管理层提及，公司第三季度营业收入同比增长 13.4%，中国汽车产量第三季度同比下降 3.2%，高于行业平均增速。请问公司第三季度营收增长，主要是由于销量增长还是产品价格提升？谢谢！**

A：您好，量价齐升，公司作为头部企业虹吸效应持续显现。

**Q：尊敬的公司管理层，您好。请问福耀玻璃今年 Q1-Q3 高附**

**加值产品营收情况如何？比较看好其中哪个或者哪几个产品？未来是否有进一步的布局规划？**

A：您好，2024年1-9月，公司高附加值产品占比58.18%，同比提升5.25个百分点。主要为全景大天窗、HUD、带摄像头的ADAS、平齐式无边框夹层钢化玻璃及镀膜隔热玻璃，占收入比同比提升6.9个百分点。随着汽车智能化、辅助驾驶级别不断提升、各种新技术和场景的应用和发展、用户体验式消费增强，公司产品结构将持续优化升级。