

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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（线上）
时间	2023 年 10 月
接待对象	中信证券、华西证券、华安证券、东方财富证券、东北证券、海通证券、五矿证券、招商证券、民生证券、国金证券、西部证券、华创证券、海通国际证券、渤海证券、江海证券、光大证券、大地期货、国信证券、中泰证券、上海证券、平安银行、前海开源基金、渤海汇金证券资产管理、北京金安私募基金、工银瑞信基金、鸿运私募基金（海南）、圆信永丰基金、南方基金、东兴基金、海创(上海)私募基金、上海国赞私募基金、海南盖亚青柯私募基金、金翼私募基金（珠海横琴）、上海汇正财经顾问、上海明河投资管理、深圳市尚诚资产管理、上海胤胜资产管理、北京恒诚拓新投资、IGWTInvestment 投资、深圳正圆投资、海南棕榈湾投资、郑州云杉投资管理、磊亚投资顾问、上海弘润资产管理、上海逐流资产管理、北京凯思博投资管理、上海益理资产管理、上海牛乎资产、相聚资本管理、辰杉资产管理、上海至璞资产管理、西藏合众易晟投资管理、深圳半人马座资产管理、FOUNTAINBRIDGE
地点	线上、线下（佛山总部大楼）
上市公司 接待人员	董事会秘书、副总裁 李跃进；证券事务代表 黄姗
投资者关系 活动主要内 容记录	<p>一、公司主要情况介绍</p> <p>2023 年前三季度，公司实现营收 70.28 亿，归母净利润为 20.19 亿。其中归母净利润中，约 70%来自于蓝科锂业的贡献，其他主要来自于公司主营业务的贡献。</p> <p>陶瓷机械板块，同比去年同期，该业务板块整体营收有所下滑，该业务与房地产相关，主要因国内市场的影响，受到的挑战最大。陶机业务未来主要看海外</p>

市场，基本策略第一是全球化布局；第二是整体价值链的延伸，从陶瓷机械装备供应商转变为全方位服务商，开展包括耗材配件、运营、承包等各方面的服务。目前战略初有成效，我们今年陆续收购了国瓷康立泰 40%股份，意大利模具公司 FDS70%股份，也在探讨其他项目。所以未来陶机业务会变成两部分，大部分来自设备销售，其次是配件耗材的持续性供应。同时我们也会不断调整管理架构，优化全球网络，完善海外独立子公司及团队建设、本土化生产等等。此外，在中国乃至全球市场的调整下，相比起追求收入的规模，为规避风险，我们更关注盈利水平的保障。因此，虽然陶机业务收入同比下滑，但毛利率有所提升，这是基于内部管理的提升以及业务的取舍。

海外建材方面，今年终端价格有一些阶段性波动，受美元加息也有部分汇率影响，包括我们现在很多新项目在建设的投资阶段，今年也上了洁具新品类项目，给公司带来了一些经营上的压力和财务成本的增加，所以净利率会有所下降。从整体海外建材来看，预计未来几年会维持持续增长的态势。我们现在主要布局于非洲，也在考虑南美、中亚，但现在中东形势不太明朗，我们也在谨慎观望。

锂电材料方面，今年其实整个新能源汽车产业链是比较困难的，主要源自国内相关产能过剩、上下游对中间链条的挤压等。包括整个正、负极材料端竞争也很激烈，很大原因是前几年新能源的快速发展，带动了整个产业链的过度投资，这种消化是必然的。针对此种情形，公司今年采取了以下策略：第一，我们是放缓了投资，尽可能让产能释放跟着需求走；第二，我们释放出来的产能依然在不断的做降本。年初以来负极材料价格不断走低，公司经过持续降本工作，负极材料板块三季度盈利能力已经环比改善；第三，我们也要关注全球市场，走出国内布局海外，包括我们也在非洲勘探石墨矿，未来希望将国内人造石墨和非洲的石墨协同起来，规避国外对中国石墨出口的限制，探讨海外的合作。

战略投资方面，蓝科锂业前三季度产量 2.58 万吨，销量 2.84 万吨，今年全年争取生产 3.6 万吨，加上去年底库存，销量目标 4 万吨。碳酸锂价格的波动对上游企业来说是没法控制的，但盐湖提锂在市场上具有很大的价格竞争优势，未来也会长期保持这种优势。后续我们希望从中获取不错的现金回报，再逐步推动我们在全球市场新业务的投资及布局。

在核心竞争力方面，从科达制造的角度来说，第一点是目前的企业文化。这些年虽然跌跌撞撞走了很多发展路径，但最终通过公司文化其实引进了很多不错

的、不同领域、不同层次、有核心竞争力的一群人，我们认为公司文化造就了目前成功的基石。第二点是公司的全球网络、全球竞争优势。公司很久前就开始走海外发展，然后再到海外去建工厂，从在印度的第一个海外工厂开始，到土耳其建立工厂、以及收购了两家意大利公司，包括在非洲的 5 个国家 6 个工厂以及其他在建项目。截至目前，公司在海外有接近 1 万员工，也成为一支训练有素的海外团队。如果后续公司在其他主营业务或者新领域进行扩张或者深化，我们认为未来是非常有机会的。

## 二、问答

### 1、请介绍一下公司的未来发展战略？

回复：陶瓷机械方面，公司将争取 5 年内实现陶瓷机械业务的“百亿目标”，在保持建陶装备强有力的竞争力的同时，向非陶瓷行业进行延伸，形成 60%陶瓷机械装备、20%配件及耗材等陶瓷关联产品、20%陶机通用化装备（应用于石材、洁具、耐材、铝型材等其他领域）的业务结构，并成为“技术驱动、成本领先、供应链全球化”的陶瓷机械高端制造引领者。

海外建材方面，今年之前我们主要在非洲当地开展瓷砖业务，目前公司计划延伸其他建材产品品类，同时区域上将择机延伸至南美等其他区域。近年来，公司已持续在非洲多国推进建筑陶瓷、洁具、建筑玻璃项目产能扩建，在现有全部在建项目达产后，预计公司将合计形成年产近 2 亿平方米建筑陶瓷、260 万件洁具及 20 万吨建筑玻璃的产能，届时将成为非洲地区第一大建筑陶瓷供应商。目前，公司海外建材业务已规划 5 年内实现百亿营收，通过非洲市场关联建材品类的拓展，形成 80%建筑陶瓷、5%洁具、15%建筑玻璃的业务结构。

锂电材料及装备方面，自 2015 年进入负极材料领域以来，公司已初步形成“负极材料+锂盐投资+锂电装备”的业务结构。下一阶段，公司将围绕重点客户的业务拓展，支持负极材料的产能释放，并协同陶瓷机械技术优势发力锂电材料装备，并进一步延伸至新能源装备领域。

### 2、建材机械前三季度海外的收入占比情况怎样？以及海外主要是哪些区域？

回复：建材机械海外订单占比超 60%，海外收入持续提升，与国内收入持续接近。全球范围来看，土耳其、沙特、东南亚等区域增长较好，印度、非洲，中东等国家和地区占比较高。截至目前，公司陶机业务已覆盖 50 多个国家及地区，

考虑到行业周期特性，但每个国家的周期性并不一定同步。基于此，未来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。

**3、陶瓷机械收入 20 年 21 年增长的原因是什么？以及历史建材机械毛利率波动较高原因是什么？**

回复：2020 年、2021 年增长动力主要来源于国内，主要有两个原因，一个是新产品迭代，二是旧产能的更新，这是国内最主要的两个驱动力。终端销售市场从传统的陶瓷，发展到大板，再到岩板，通过新产品迭代带动上游设备的销售。

关于陶瓷机械历史毛利率波动较高主要因为以下方面：原材料的波动，例如前几年钢材的涨价；近两年精益生产的推动、海外市场占比的提升等。

**4、陶瓷机械的净利率目标大约在多少？**

回复：2023 年公司还是秉持前期的发展战略，陶瓷机械继续往海外发展，提升海外业务占比，同时通过配件耗材业务的补充，去提升整个业务板块的净利率。另外，公司正在进行积极开展的生产和管理精益项目也将助力净利率的改善。这块业务我们希望整体还是朝着 10%的净利率目标发展，但今年特别是国内房地产市场比较低迷的情形下，订单确实会面临一些经营挑战。

**5、公司陶机领域的主要竞争对手是谁？**

回复：公司主要竞争对手为该领域排名第一的萨克米，其作为意大利企业在欧美地区较为具备优势。而科达设备特点是大批量、快速、性价比高，主要在发展中国家、新兴国家具备较好市场，例如亚洲、非洲等地区。近几年，科达也在逐步切入欧洲市场，包括 2018 年收购了意大利唯高以及前段时间收购了意大利模具公司 FDS 70%股权，一方面希望融合意式制造完善公司产品线及产品力，另外也希望加强与客户的黏性，二者配合更好地拓展当地市场。

**6、公司 7 月份收购的国瓷康立泰去年营收规模多大？**

回复：国瓷康立泰 2022 年的营收规模在 10 亿元左右，其中大部分来自于国内，海外占比较少。

**7、近段时间科达制造参股了国瓷康立泰，收购了意大利模具企业 FDS，请问在配件耗材上面的几项动作会对科达制造陶机业务带来哪些帮助？**

回复：科达制造陶瓷机械整体策略之一就是设备供应商转向全方位服务商，在配件耗材领域，配件耗材全球市场规模比陶机要大很多，同时它的服务粘性很强，一般需要根据工厂配件耗材具体情况来适配做供应。其次我们还要推进

全球销售网络，我们已在意大利、印度、土耳其、印尼建立子公司，并积极筹备巴西子公司。目前我们已形成全球网络在扩张，在持续不断推进客户产区，了解客户需求。

其中在耗材领域，我们之前没有自己生产，耗材领域中最大的一块就是墨水，我们通过收购国内墨水龙头国瓷康立泰 40%股权，并和其成立子公司广东康立泰并由科达制造控股，通过科达制造的海外客户资源，推进其海外业务的拓展。此外，科达制造还通过自身的技术工艺协助其进一步降本。在配件领域，对于核心装备的一些配件，除了自己生产外，我们还希望通过收购的方式，吸纳一些优秀的企业、技术，进一步开拓配件市场。比如我们收购意大利模具企业 FDS，它是做陶机领域最核心装备压机的模具，虽然营收规模不大，但它获得了较多意大利陶瓷客户的认可，因此能给我们带来一些渠道，后续再慢慢转化为我们的资源。

#### **8、陶机通用化今年的接单情况怎么样？**

回复：公司陶机通用化包含铝型材挤压机、锂电装备等领域。比如铝型材挤压机，可以应用于光伏边框、汽车轮毂等领域；锂云母焙烧窑等装备，可以用于正负极材料生产制造环节等。从接单情况来看，锂电材料装备谈了很多订单，但市场上锂电项目受下游影响有所放缓，落地的锂电材料装备订单量一般，部分是内部福建、重庆项目的订单。今年铝型材挤压机接单、客户使用反馈都还不错，在慢慢增长。

#### **9、如何想到要去非洲发展陶瓷行业？这中途遇到了什么困难？**

回复：公司最初主要做陶瓷机械，在实现国内甚至全球的龙头地位后，开始不断地尝试第二增长曲线。2015 年左右，公司在考察了很多地区后，最后与合作伙伴一起到非洲开展调研。基于非洲庞大的人口背景、以及依赖进口瓷砖的市场情况，公司决定和合作伙伴一起在非洲开展建陶业务。2016 年，我们在非洲肯尼亚合资建设了第一个陶瓷厂，实现当年建设、当年投产、当年盈利的成果。基于肯尼亚的情况，后续我们又在加纳、坦桑尼亚、塞内加尔、赞比亚建设了瓷砖项目。凭借公司本身多年的陶瓷机械制造优势及经验，以及合作伙伴在非洲多年经营的渠道优势，合资公司随着持续的产能释放，迅速铺开了市场。

非洲当地的基础设施配套相较于国内来说还有所欠缺，比如我们在肯尼亚的第一个项目的用水，是我们的团队寻找水源，并且带领工程队打井、铺管并引水至厂区，包括引电以及瓷砖的原料也都需要团队自行寻找解决。

**10、海外建材去年的产销量及近几年营收规模的增速？**

回复：2022 年海外建材瓷砖产量 1.2 亿 m<sup>2</sup>，销量 1.2 亿 m<sup>2</sup>，产销平衡。2022 年海外建材营收约 33 亿，近 3 年来，海外建材收入年复合增长率超过 30%。

**11、海外建材的瓷砖产品是什么规格？客户群体有哪些？**

回复：目前非洲子公司生产的瓷砖是小规格瓷砖，主要用作地砖，也会被用作墙砖，并根据当地客户审美进行设计优化。从客户消费趋势来看，前期市政占比较会多一些，目前居民的消费也慢慢起来了，我们相信在未来的 10-20 年期间，非洲城镇化率将进一步提升，带动居民个人在瓷砖、洁具、玻璃等建材需求量的提升。

**12、海外建材在非洲的销售情况及模式是怎么样？销售区域主要在哪里？**

回复：2022 年瓷砖销量 1.2 亿平方米，营收约 33 亿，产销平衡，近 5 年来收入年复合增长率超过 30%。公司销售模式主要是国家代理，下面直接就是终端门店。

公司目前在肯尼亚、加纳、赞比亚、塞内加尔、坦桑尼亚 5 个国家有 6 个陶瓷厂，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。根据上半年情况来看，超过半数是在生产基地所在国销售，另有部分是向周边出口。

**13、公司海外建材为什么考虑到肯尼亚、加纳等 5 个国家布局**

回复：经过合资公司的调研，非洲撒哈拉沙漠以南地区城镇化阶段较为落后，并且本土产能较少主要依赖进口。我们选取的这几个国家，政治和营运环境比较稳定，通过本土建厂、本土经营再辐射周围国家，希望未来能够逐渐覆盖撒哈拉沙漠以南非洲地区的建材需求，包括我们也正在科特迪瓦、喀麦隆建设一些产线。

**14、公司海外建材业务也开拓到南美了，对这块业务的增速预期是怎么展望的？**

回复：我们也在持续观察一些南美、中亚等机会。我们在南美做产品配套的时候已经观察很多年，我们认为这些区域未来会面临长周期、快速增长的状态，所以会选择一些未来增长、确定性比较大、机会多的市场。但项目拓展还是要根据我们的资金情况来，需要考虑资本支出、关注全球经济的增长等。

**15、非洲建材的产能规划是怎么样的？当地有什么竞争对手？**

回复：截至第三季度末，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、1条洁具生产线。同时，公司肯尼亚基苏木日产4000件陶瓷洁具生产项目、坦桑尼亚建筑玻璃生产项目、喀麦隆陶瓷项目等正在建设中，预计将于近年内投产。在现有全部在建项目达产后，预计公司将合计形成年产近2亿平方米建筑陶瓷、260万件洁具及20万吨建筑玻璃的产能。

除了当地的进口瓷砖外，目前公司在非洲的本土竞争对手也是一个来自于中国的企业，两者目前的产能规模差不多。但随着我们规划的产能全部投产后，我们将超过竞争对手的产能。

#### **16、海外建材为什么考虑扩建了玻璃和洁具，而不是其他建材品类？**

回复：非洲人口基数较大，每个国家的城镇化水平会有差异，整体城镇化速度不会像中国的那么快。因此，在瓷砖产能达到一定规模后，我们参考其他国家城镇化经验，根据终端的需求横向地扩展洁具和玻璃这些建材品类，可借助瓷砖业务积累的优势，更好地赋能非洲业务的整体发展。此外，我们装备业务方面也会做一些洁具设备，部分洁具设备可由我们自己提供，因此在装备业务方面也能够有一些协同；同时在为这些生产基地提供设备的过程中，我们也会不断积累经验，正向反馈洁具设备业务能力的提升。

#### **17、非洲瓷砖价格的走势怎么样？公司的利润率是否能持续？**

回复：前期受国际物流受阻、海运费涨价等因素影响，非洲当地瓷砖产品供应短缺，产品价格有多次上涨，因此这几年我们在非洲的业务净利润均保持较高水平。我们认为，后续非洲瓷砖产品的价格可能会逐步回归到常态，毛利率和净利润不会一直维持这么高的水平。但非洲地区瓷砖产品的需求量还在增长，我们的产能也在建设中，在公司完全本土化的经营下，一方面公司在生产成本、人力成本等方面具备优势，同时非洲当地的销售渠道相对国内更加扁平化，后续我们可能还会在终端开展一些渠道布局工作。基于以上情况，我们认为这块业务会保持在合理的利润水平。

#### **18、科达海外建材的优势是怎么样的？**

回复：在科达于非洲建厂之前，非洲的瓷砖消费主要依赖于进口，相较于非洲本土生产制造的瓷砖，进口瓷砖存在关税、运输费用等其他成本。科达建厂后，立足于本地资源、本土市场、本土人力，采用本土化经营的策略，能够有效降低陶瓷生产价格。在非洲陶瓷项目中，主要原材料实现本土化，本土员工占比超过90%，整体运营成本相较进口瓷砖产品更有优势。同时，得益于合作伙伴深耕非

洲多年的贸易优势，以及合资公司海外管理团队多年本土化运营的经验，从销售端和管理端都能对新项目的开拓进行快速赋能。此外，相较于非洲当地的高贷款利率，2020年公司通过与IFC等机构达成的长期的合作，使得非洲陶瓷工厂均获得更低成本的资金支持，加之较好的盈利水平、经营效率，业务整体具有良好的资金优势。

#### **19、海外建材的公司中，当地人的比例大约在多少？**

回复：项目前期公司派的中方员工比较多，截至目前的话，非洲本土的员工比例超过90%，并且越来越多本地人被提拔至管理岗位，担任基层管理岗位及部分中层的 management 管理工作。

#### **20、汇率对海外建材营收有怎么样的影响？**

回复：海外建材销售一般按照当地货币结算，部分是美元结算，除了保留一部分的运营资金外，其它的会及时换成美元，我们希望尽可能地平滑汇率的影响。

#### **21、经查询非洲整体美元储备大概在50-100亿美元左右，对海外建材换汇来说会不会有一些影响？**

回复：从海外建材的近两年利润规模来看，影响不会很大。海外建材所在的肯尼亚、加纳这几个国家都是非洲比较大的经济体，外汇储备都比较高。其次，我们在当地算是比较有影响力的制造业企业，已经与政府建立了良好的联系。第三，我们除了保留一部分的运营资金外，其它的会争取及时换成美元。

#### **22、公司跟世界银行旗下金融机构有一些贷款，财务成本的上升是不是由于目前的加息带来的影响？**

回复：一个是我们加大了额度，继IFC 2020年1.65亿美元资金额度支持后，随着我们新项目的推进建设，今年又与IFC，以及汇丰、花旗等银团进行了融资，金额上增加了很多，当然美元加息也有一些影响，包括后面我们陆陆续续还会有一些新项目，所以我们的财务成本比之前要大。

针对加息对汇率的影响，我们会做一些金融衍生品来对冲，比如我们也做了美元的套期保值。另外，我们认为美元最终还是会回到合理的水平。

#### **23、公司之前也是跟合作方森大集团有比较多的关联交易，这块主要是哪些业务往来？**

回复：主要是以下两部分，公司海外建材部分所在国家除了本土化销售外还要做出口，就会涉及到清关、运输等程序。森大经过多年的当地贸易经营，在清

关、运输等程序已有成熟的模式。为了进一步降低成本，合资公司会通过森大的渠道开展一部分贸易。另外，因海外建材业务合资运营，部分森大的人员为合资公司提供服务。在每个工厂体量较小时，会优先从成本角度经营，双方股东协同发展；随着每个国家的工厂在当地的业务及体量的增长，我们已逐步开始组建团队独立运营。

#### **24、公司负极材料的客户类型有哪些？**

回复：目前公司负极材料主要供给储能领域企业，其中会通过股权等方式达成较为稳固的合作关系。未来公司负极材料成品也将主要供应给储能领域客户，部分会配置动力及数码类客户。

#### **25、请介绍一下负极材料产能及未来规划？**

回复：公司通过安徽、福建基地已具备 4 万吨/年石墨化、2 万吨/年人造石墨产能。同时，福建科达新能源一期增产技改项目、福建二期与重庆三期合计年产 10 万吨人造石墨产能正在建设中，公司将根据市场情况及客户需求安排建设进度，国内整体规划合计为 15 万吨。此外，我们也将积极关注海外市场，择机协同境外资源启动 5 万吨负极材料的海外产能建设。

#### **26、公司为什么当初选择进入锂电装备领域以及未来规划是怎么样的？**

回复：科达本身是做陶瓷机械的，生产线的供应中间有一段是窑炉这类烧成产品，我们发现锂电材料的烧结过程，其实和瓷砖的烧制过程是比较像的，所以针对锂电材料的烧结研发了相关烧成设备。基于 30 年陶机装备的研发技术及经验积累，公司于 2022 年战略性开启了锂电材料装备业务，目前已有锂精矿、正负极材料等装备的研发成果，未来将进一步延伸产品线。

**27、锂电装备板块，今年整个行业尤其是中游供给压力比较大，公司能否从装备端去看下游的一些产能，尤其是新建产能这块，有没有一些停产或者减缓投产的一个动作？**

回复：锂电装备这一块，特别是负极的装备，我们发现需求相比去年确实有所减缓。其中，对于新进的投资者，要么大家把投负极材料的周期拉长了，要么可能继续看市场情况再定，还有一种就是放弃了。对于已经在做的客户也分两种，一种已经建好的，还是坚持完成整体建设了。另外一种，比如本来要做 5 万吨的负极材料一体化项目，最后只建了 5 万吨的石墨化，减少投资砍去后续的建设，这种的趋势也是比较明显的。我们目前也在尽可能控制自己的产能建设、释放进

度，随着我们下游的情况去相应调整。

### **28、蓝科锂业利润是算在公司投资性收益吗**

回复：蓝科锂业的净利润会以 48.58%的比例计算在公司的投资收益中，但对公司归母净利润的影响为 43.58%，今年前三季度影响公司归母净利润 14 亿元。

### **29、蓝科锂业第三季度碳酸锂的产销量是多少？能否达到今年的产销目标？**

回复：蓝科锂业第三季度碳酸锂产量 1.17 万吨、销量超 1.3 万吨，满产满销，季末库存 0.16 万吨。随着公司持续推进技改，并采用增加天然气供应等措施保障冬季生产，是非常有希望完成今年产销 3.6、4 万吨的目标。

### **30、蓝科锂业的销售结构是怎么样的？**

回复：目前公司碳酸锂产品销售主要都是散单，面向下游材料厂商或电池厂商，以及小部分贸易商。

### **31、蓝科锂业的碳酸锂成本 3 万元是全部成本吗？**

回复：碳酸锂的每吨生产成本约 3 万元，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。

### **32、蓝科锂业的产能规划是怎么样的？**

回复：蓝科锂业目前拥有 3 万吨/年碳酸锂产能装置，未来 2~3 年内，公司希望通过技术提升、工艺升级、后端沉锂母液回收等方式，争取实现 5 万吨/年以内的产能。

### **33、广期所开了碳酸锂期货，蓝科会不会有相应的布局？**

回复：套期保值已经列入蓝科锂业的讨论事项，未来不排除其通过碳酸锂期货，来锁定长期的收益。

### **34、蓝科的双方股东科达制造和盐湖股份是怎样分工？**

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，会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、董秘李跃进先生，而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。

	<p><b>35、公司目前环保业务是如何规划的？</b></p> <p>回复：科达当时为解决下游陶瓷厂高污染、高能耗的问题，自行研发、生产了煤制气技术及装备，它能够将煤燃烧生成清洁程度媲美天然气的煤气，另外还延伸了脱硫脱硝除尘的装备业务以及清洁煤气运营业务。后续基于聚焦主营的战略调整，这几年我们一直在收缩环保业务，进行一些资产处置，不再投入，只处理旧订单，后续环保装备这块业务会倾向于新能源装备转型。</p> <p><b>36、公司每年的分红计划是怎样的？</b></p> <p>回复：从公司角度来看，我们希望随着整体经营情况的变好，能够为股东带来更好的回报。只要公司每年都保持着不错的利润贡献，我们依然会保持着比较好的分红水平。包括公司过去三年现金分红占归母净利润比例均不低于 30%，分红金额连续大幅提升，2023 年内公司更是完成超 13 亿元的现金分红，2022 年开展了 5 亿元的回购。截至 10 月 16 日，公司还在继续开展新一期回购。</p> <p><b>37、公司今年的资金管理风格是怎么样的？</b></p> <p>回复：今年整个集团包括董事会决定的基调是谨慎，所有的业务的推动和投资都是谨慎，包括今年我们就理财、非保本的投资，或者其他非主业产业延伸的股权类投资都会特别审慎行事。我们撤回了很多非保本理财，尽可能把现金流保持更稳健。</p> <p><b>38、公司目前股份回购是什么进展？</b></p> <p>回复：9 月 11 日，董事会审议并通过回购方案，拟回购 2000-3000 万股，次日即展开回购。截至 2023 年 10 月 10 日，公司已回购 2697.45 万股。</p> <p><b>39、从公司最近的公告可以看出公司第一大股东有增持的动作，现在是什么进展了？</b></p> <p>回复：公司近期发布的大股东质押公告中可以看到大股东有增持的动作，因其持股比例距离上次权益公告变动比例未达到单项公告的标准暂未公告。确实公司股价在今年有一定下滑，所以大股东这个时期的增持也是基于对公司发展的认可和信心，我们也在持续关注增持情况，达到标准后会及时公告。</p>
附件清单 (如有)	无