

证券代码：301580

证券简称：爱迪特

爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-020

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（券商策略会）
参与单位名称 及人员姓名	西部证券 陆伏崴、孙阿敏；安联基金 张祝源；淡水泉 胡学森；广发基金 李奔；平安资管 林启姜；国投瑞银 张弛；汇添富基金 黄耀锋、徐逸舟、毕宇倩；兴业证券 董晓洁；中银基金 黄璐、王伟；易方达基金 强泽平；国联民生证券 杨芳；财通证券 王鑫园；大摩基金 赵伟捷；融通基金 余思慧；中信建投证券 王在存、刘慧彬、吴严、李虹达；冲积资产 任毅、王泉涌；博时基金 张涵；远信投资 叶铮、周阳；红土创新基金 杨皓童；华西基金 刘佳妍；浦银安盛 徐博；天弘基金 张秀磊；龙航资产 夏芳芳；东吴基金 王译正；天冶基金 王娟；诺德基金 朱明睿；兴银基金 刘佳琦；君和资本 崔雨菲；丹羿投资 王帅；昆吾基金 王广群；嘉实基金 程佳；胤胜资产 杨志威；红杉中国 闫慧辰
时间	2026 年 9 月 2 - 4 日
地点	上海
上市公司接待 人员姓名	董事会秘书 郜雨
投资者关系活 动主要内容介 绍	Q1：请介绍公司对口腔行业整体发展趋势的判断？ A1：全球口腔健康消费需求整体持续提升，行业整体稳步向好。修复、正畸、种植等核心赛道持续扩容，行业整体向数字化、精准化、个性化方向升级，长期发展景气度良好。 Q2：请公司介绍下公司氧化锆瓷块产品价格体系及高、中、低端产品营收占比情况？ A2：公司氧化锆瓷块已搭建完善的分层产品体系，可全面覆盖高、

中、低端各层级市场需求。产品具体定价细则及细分产品营收结构占比，属于公司经营涉密信息，不便回复。

Q3: 请介绍公司对万微材料的持股比例情况，以及投资万微的核心考量？

A3: 公司持有景德镇万微新材料有限公司 42%股权，为公司联营企业。公司战略布局上游齿科粉体原材料领域，通过投资万微材料，有效完善上游供应链布局，进一步保障核心原材料供应安全、优化整体生产成本结构，持续夯实公司高端齿科材料的性能与品质优势。

Q4: 请介绍公司产品的全球行业地位？

A4: 经过长期的海内外市场深耕，公司口腔修复材料、数字化设备产品已具备较强的全球市场竞争力与品牌影响力。目前公司是全球口腔数字化解决方案的核心供应商之一，产品在海外主流市场的认可度与市场覆盖面持续提升。

Q5: 请问公司产品涨价的具体落地时间？

A5: 公司已根据市场供需及行业情况完成部分产品价格调整，后续将结合行业格局、竞争态势、供应链情况审慎调整。

Q6: 请问公司是否具备主导氧化锆瓷块产品提价的能力？

A6: 氧化锆瓷块产品价格受行业供需格局、原材料成本、市场竞争环境等多重因素综合影响。当前行业供给格局持续优化，公司依托产品性能、品牌口碑、海内外渠道布局的综合优势，具备良好的市场议价能力。

Q7: 请介绍公司当前成本端的压力情况？

A7: 公司通过上游锁价采购、年度框架协议采购、产业链纵向布局等多种方式，有效对冲原材料价格波动风险。目前公司整体原材料成本可控、保持相对稳定。同时公司持续推进生产工艺优化、产线自动化升级，

稳步压降生产制造端成本，持续优化整体盈利水平。

Q8：请问公司部分海外市场拓展难度较大的核心原因是什么？

A8：海外齿科市场准入标准严苛、认证周期长，客户合作体系成熟、决策链路较长，对产品稳定性、合规资质、临床适配性要求高，存在较高的行业准入壁垒。

Q9：请问公司 Ultra 系列产品性能优于 Pro 系列的核心原因？

A9：Ultra 系列为公司迭代升级的高端氧化锆产品。产品通过原材料配方优化、核心生产工艺升级、产品结构精度改良，在机械强度、韧性、色泽稳定性、生物相容性等核心指标上实现全方位升级，综合产品品质较 Pro 系列显著提升，终端市场反馈良好。

Q10：请介绍公司产品价格传导逻辑及落地情况？

A10：公司将结合上游原材料成本变动、行业供需关系、市场竞争格局等多重因素，动态、审慎调整产品价格。目前公司已根据市场情况，对部分产品完成价格优化调整。

Q11：请问公司毛利率后续的提升空间及核心驱动因素？

A11：公司毛利率具备持续优化空间，主要驱动为：高端材料产品持续放量、产品结构持续优化；数字化设备规模化交付、工艺良率改善；自动化产线升级及精细化成本管控持续降本增效。

Q12：请介绍公司现有氧化锆瓷块日产能及明年整体产能规划？

A12：公司牙科产业园一期稳步推进调试，投产后将有效缓解产能压力。公司将根据下游需求有序释放产能，保障订单稳定交付。具体产能数据以公司公告为准。

Q13：请介绍国内外终端市场的定价及决策差异？

	A13: 义齿定价主要参考材料等级、美学性能、加工工艺复杂度、临床应用场景等变量。终端客户选型决策，重点考量材料力学强度、批次稳定性、美学表现、合规资质以及供应链保障能力。海内外市场各要素权重有所区别，公司据此匹配差异化产品与市场推广策略。 Q14: 如果订单快速提升，公司产能匹配性怎么样？ A14: 新园区投产后，公司具备柔性生产调度能力，可根据订单饱和度动态优化排班与产能配比，最大化保障客户交付。 Q15: 请问公司产品具备全球市场竞争力的核心壁垒？ A15: 公司能够构筑较强的全球市场竞争力，源于长期积累的综合竞争优势：第一，长期深耕材料配方与生产工艺研发，持续迭代优化产品核心性能，产品品质对标国际主流水准；第二，深度洞察海内外临床端、加工端的差异化需求，持续迭代完善全场景产品矩阵；第三，同步推进全球多区域医疗器械合规注册，保障产品快速适配各区域准入要求，支撑全球化业务拓展。 Q16: 请介绍公司椅旁系统的布局逻辑及行业终端发展趋势？ A16: 行业呈现加工工序下沉终端的趋势，诊所椅旁修复需求提升。公司布局椅旁数字化系统，完善临床端诊疗闭环，挖掘下沉市场增量。 Q17: 请介绍公司资本开支及折旧摊销情况？ A17: 公司资本开支主要用于产业园建设、产线自动化升级等。公司通过提效降本、精细化运营，持续优化资产效率，对冲折旧摊销影响，现金流及盈利水平保持稳健。 Q18: 请介绍公司国内外销售模式及市场渗透率情况？ A18: 国内以直销为主，终端渗透仍有较大提升空间；海外采用直销+经销模式，持续深耕头部加工客户。行业格局分散，公司中长期成长空间
--	---

充足。

Q19: 当前行业供需格局是否出现变动? 友商经营策略有哪些变化?

A19: 目前口腔材料行业整体供需格局保持平稳, 未发生重大变动。行业整体呈现产品高端化、品质升级的变化, 企业加大高端产品研发与推广力度, 通过优化产品结构适配下游升级需求。基于信息披露规范与商业惯例, 公司不对同业企业经营策略做具体评述。公司将持续聚焦主业, 坚持技术与产品迭代, 夯实自身核心竞争力。

Q20: 请问公司粉体的原材料价格和公司自身的成本有波动吗?

A20: 上游原材料存在阶段性波动, 公司通过锁价采购、年度集采、工艺优化等方式有效对冲波动, 整体生产成本保持平稳可控。

Q21: 公司是如何进入海外市场的?

A21: 公司早期依托产品性能建立海外基础口碑; 后续启动自有品牌出海战略, 凭借核心产品竞争力逐步提升品牌影响力, 并通过设立海外属地子公司完善本地化布局。

Q22: 请公司介绍下海外市场的拓展策略?

A22: 公司采取差异化海外拓展策略: 深耕欧美高端成熟市场, 提升头部客户渗透率、推进材机协同销售; 通过属地化运营完善服务体系, 并依托高端市场品牌优势, 辐射拓展海外新兴市场。

Q23: 请公司介绍一下 3D 打印的市场规模, 以及下游客户如何验证 3D 打印的性能, 是否能实现未来业务的快速增长?

A23: 齿科 3D 打印赛道成长空间广阔。公司相关产品需完成注册取证及临床验证后方可上市, 下游客户从力学性能、生物相容性、美学适配等维度完成验证。目前业务处于爬坡阶段, 随着设备装机提升, 耗材复购有望带动业务持续增长。

	Q24: 请公司介绍下未来毛利的提升支撑？ A24: 未来毛利提升主要来自：高端新品持续放量、产品结构优化；产线自动化升级、良率提升、成本持续优化；数字化设备规模化交付，规模效应带动板块盈利能力改善。 Q25: 请公司介绍下目前种植手术机器人业务的情况？ A25: 种植手术机器人业务处于商业化初期，已实现多家医疗机构装机。产品可有效提升种植手术精度、标准化程度。公司将持续落地临床装机、迭代产品性能、完善医生培训体系，稳步推进业务商业化拓展。
--	--