证券代码： 301683　　证券简称：慧谷新材

广州慧谷新材料科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2026-06

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（线上会议）
参与单位名称及人员姓名 （排名不分先后）	广发证券 黄华栋、黄思悦，国联基金 卢俊有， 华夏基金 陈凌飞、彭锐哲，银河证券 王鹏、郝飞、李佳男， Grandeur Peak Global Advisors ，LLC。
时间	2026 年 10 月 27 日、2026 年 10 月 28 日、2026 年 10 月 29 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 杨海朋， 证券事务专员 吴彤瑶。
投资者关系活动主要内容介绍	**一、 参观公司展厅** **二、 沟通和交流的主要问题** **1、公司包装领域增长快的原因？** 答：2026 年前三个季度，公司包装板块业务增长较快，是由三方面因素共同驱动：一是市场份额持续提升，凭借产品性能优势推进国产替代，金属包装罐盖涂层材料市占率有所提升；二是纸替塑、金属替塑带来结构性增量，绿色低碳及减塑政策推动食品包装材料升级，外卖等应用场景进一步拉动绿色包装需求，适配纸替塑、金属替塑方案的涂层材料迎来结构性需求增量；三是公司产品谱系不断拓展，功能性树脂延伸至数码喷印树脂领

	域，2026 年上半年数码喷印树脂领域收入同比增长 45.53%。 **2、公司包装涂层是涂在与食品接触的涂层吗？** 答：公司包装领域涂料产品中，金属包装涂层材料和纸质包装涂层材料大部分均为可与食品直接接触的产品，符合国内食品接触安全标准及 FDA 食品接触相关要求。 **3、公司新能源电池涂料客户是鼎胜、东阳光吗？** 答：公司新能源领域集流体涂层材料现阶段主要直接供应铝箔加工厂商，包括鼎胜新材、东阳光等企业，由其加工制成电池铝箔后供给下游电池厂商。 **4、公司今年营收都不错，但是利润端增速不及营收的主要原因是什么？** 答：公司 2026 年前三季度营收持续增长，利润增速不及营收增速，主要系两方面因素影响：一是公司主动加大研发投入并持续强化销售体系建设，研发费用、销售费用同比明显增长；二是上游原材料价格阶段性上行，直接材料成本抬升，对盈利水平造成阶段性影响。 **5、公司研发费用增加的原因主要是研发团队的扩张吗？** 答：公司 2026 年前三季度研发费用增加，主要系为加快功能性树脂与功能性涂料相关新产品研发，公司引进了更多的技术研发人员，研发团队扩充，对应的职工薪酬有所增长。 **6、公司三季度利润好转了，这是为什么？** 答：一是业务订单放量，销售规模持续增长，营收规模扩大带来利润增量；二是产品价格逐步传导，面对前期原材料价格上行压力，公司通过调价机制，部分向下游传导，毛利空间得到一定程度修复；三是产品结构持续优化，高附加值新产品收入占比不断提升，拉动整体盈利水平改善。 **7、公司 2027 年预期如何？（营收、价格会有变化吗？）** 答：2027 年营收我们预期将保持相对稳定，但不排除受下游客户订单结构变动、产品结构变化等因素影响出现阶段性波动。整体来看，公司将持续通过产品谱系拓展、产品结构优化和市场份额提升，力争营收保持合理增长。 **8、超级电容的产品公司主要是做哪一方面？具体性能是**

	什么？ 答：公司超级电容器领域相关产品主要涉及电容器外壳涂层及集流体涂层材料，其中外壳涂层具备优异的绝缘性、耐高温性和对油墨的良好附着力，可满足电容器外壳的绝缘保护与后续印刷需求；集流体涂层材料则用于改善电极导电性与界面稳定性。目前公司超级电容器领域相关产品目前暂未形成规模化销售收入。 **9、新能源领域有外资的竞争对手吗？** 答：随着国内新能源产业链持续发展、国产化率快速提升，现阶段在集流体涂层材料领域，国内主流动力电池与储能市场已基本不存在外资竞争，外资涂层材料更多集中于部分海外电池企业及国内沿用海外技术方案的客户群体。 **10、公司的接单跟交付周期大概多长？** 答：公司接单至交付的周期约为一周左右，并可根据客户订单需求，在产能允许的前提下灵活调整交付节奏。 **11、公司产品会有年降吗？** 答：公司产品价格不存在强制性的年降安排，公司产品定价将结合客户采购规模、原材料成本等因素综合评估并与客户协商确定。 **12、目前树脂行业的公司会向下游延伸做涂料吗？** 答：上游功能性树脂生产企业较难向下游延伸进入功能性涂料赛道，核心壁垒在于涂料企业对下游客户产品性能需求及生产工艺的深度理解，这也是树脂企业向下游拓展的主要障碍。 **13、公司海外市场有什么打算？** 答：公司当前主营产品的产业链配套以国内为核心，同时积极参与海外专业展会，拓展海外业务。公司将综合考量海外客户认证落地情况、订单规模、国际贸易规则、关税及供应链成本等多重因素，公司目前暂无确定的海外设厂计划，现阶段公司主要是伴随客户海外建厂的同时，进行产品出海。 **14、公司家电业务的核心竞争优势在于何处？是规模还是技术上有一些优势？还是说和下游大公司绑定深厚** 答：公司家电业务具备较强的综合竞争优势。其一，客户粘

	性突出，公司在研发阶段不仅聚焦产品本身，还同步考量产品在客户产线上的应用、涂覆施工及现场调试等工艺场景，深度嵌入客户产线开发流程，实现材料与下游产线工艺的适配，客户合作黏性高。其二，底层技术实力雄厚，区别于仅做涂料配方复配的同行，公司向上延伸布局核心树脂自产，构建树脂自研+涂料配方一体化能力；在客户产品快速迭代需求下，可高效响应，为客户提供系统化解决方案。其三，具备先发优势与规模优势，公司较早切入家电功能性涂层赛道，依托产业化先发积累形成规模效应，进一步巩固市场竞争力。 **15、公司会担心下游客户（例如鼎胜）向上扩展做涂料，成为公司竞争对手吗？** 答：公司认为下游客户向上扩展做涂料、形成实质性竞争的风险可控。第一，底层技术壁垒差异显著。功能性涂层的核心难点在于树脂分子设计与合成，并非简单的涂料复配；公司构建了树脂自研 + 涂料配方一体化的完整技术闭环，能够快速响应下游客户持续迭代需求并提供系统化解决方案。若下游厂商向上布局涂料业务，需从零搭建树脂合成研发平台、团队与配套产线，资金投入大、周期长。第二，公司涂层产品保持快速迭代、每年持续升级，即便下游客户新建涂料产线，其建设、验证周期也难以匹配产品迭代节奏。第三，客户认证、先发规模及成本优势构筑综合壁垒：公司与终端客户保持紧密联系、长期联合开发，产品经过多年产业化验证；再者，由于双方供应链构成差异极大，依托成熟的规模化生产，公司具备明显的供应链优势。公司与下游客户行业分工清晰，双方以协同合作为主。
附件清单（如有）	无
日期	2026-10-30
风险提示	以上如涉及对行业的预测、公司发展战略规划等相关内容，不能视作公司或公司管理层对行业、公司发展的承诺和保证；敬请广大投资者注意投资风险。