

证券代码：601113

证券简称：华鼎股份

义乌华鼎锦纶股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-004

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 ☐电话会议 ☐其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	东方证券、中信证券、民生证券、财通基金、中金公司、敦和资管、理成资产、杭银理财、华西证券、优邦基金、中泰证券、方正证券、国泰海通证券、国金证券、东北证券、财通证券、兴业证券、浙江省发展资产经营有限公司、浙江出版集团投资有限公司等（以上排名不分先后）
时间	2025 年 5 月 8 日星期四
地点	义乌华鼎锦纶股份有限公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长郑期中先生、董事郑扬先生、董事兼财务总监刘劲松先生、总经理傅占杰先生、副总经理刘文华先生、副总经理卢卓先生、董事会秘书张益惠女士、项目总工程师牛长胜先生、OT 副总监赖志强先生
投资者关系活动主要内容介绍	华鼎股份创建于 2002 年，是真爱集团旗下核心企业，专注于高品质、差别化民用锦纶，已完成锦纶 6、锦纶 66 共同组成的锦纶长丝矩阵，是国际首屈一指的锦纶品质引领者。 公司建成全球规模最大、智能化程度最高的锦纶未来工厂，是国家工信部全流程锦纶生产智能工厂、浙江省未来工厂。工厂引进世界先进水平的卷绕、自动化落筒和自动化检验包装以及瑞士 SSM 超细空变丝等设备，融合应用锦纶 MES 智能化等最新前沿技术，开创锦纶全流程全自动化智能制造的先河。 公司始终坚持可持续发展理念，不断加大绿色、低碳、再生锦纶产品的开发和生产比重，推出“智美”高端系列锦纶，涵盖绿色纤维、太

	空纤维、差别化纤维、功能性纤维等众多系列产品，为海内外客户提供优质解决方案。 一、公司研究院主要做哪些工作？研发哪些类型的产品？ 答：公司有专门成立研究院，并根据行业趋势不断进行改革和提升。目前，研究院主要有三个重点方向：（1）同重点科研机构院校合作前瞻性产品研发，包括尼龙 6 和尼龙 66 化学法的再生探索和研究；（2）同品牌客户合作开发差异化、功能性产品；（3）同重点客户合作，研发、升级公司现有产品。同时还将致力于开发具有抗污、抗阻燃、超弹力等具备未来市场前景的纤维产品，以满足市场对高性能纺织品的需求。公司还将导入 IPD（集成产品开发）体系，提升研发效率和市场响应能力。并通过与东华大学、中科院等科研机构合作，加速技术成果的转化和应用。 二、公司的功能性锦纶特性有哪些？应用于哪些场景？ 答：公司的功能性锦纶纤维分为单功能和复合功能系列，具备如抗菌、防螨、远红外、防透、拒水、负离子、石墨烯、超高凉感值、抗 UV 吸湿排汗等几十种功能。这些功能使得产品在不同的使用场景中具有广泛的应用潜力。具体应用领域包括防晒衣、母婴用品、内衣裤、袜子、瑜伽服、T 恤衫、运动服、医用产品以及户外用品等，满足不同消费者对高性能和舒适性的需求。 三、公司的 PA66 产能？目前应用哪些场景？ 答：目前，公司 PA66 的产能为 6,000 吨，公司正在投资建设总投资 103,100 万元的“年产 6 万吨高品质锦纶 PA66 长丝项目”，预计 2029 年完工验收。公司目前的 PA66 产品主要集中在义乌，应用于无缝内衣、袜子及梭织用途等产品，未来公司将不断拓展其应用场景，并加大对 PA66 产品的研发与生产，进一步提升公司在中高端民用锦纶长丝及军工领域的核心竞争力和市场份额。 四、公司目前的扩产情况？新项目何时释放产能？ 答：公司目前有两个在建项目，分别是“年产 6.5 万吨高品质差别化锦纶 PA6 长丝项目”设备已经进场，正在安装调试，预计 2026 年
--	---

	项目完工验收；“年产 6 万吨高品质锦纶 PA66 长丝项目”正在建设厂房，预计 2029 年项目完工验收。2025 年，公司拟投资建设“20 万吨 PA6 功能性锦纶长丝项目”，项目周期 5 年，设计产能 20 万吨。上述新项目的建设都将陆续增加公司的产能，提升公司的综合竞争力。通过这些扩产项目，公司的市场占有率将有显著提升。 五、公司的再生锦纶目前有多少产能？未来再生如何规划？ 答：目前，公司再生产品的产能约 1.4 万吨，已通过全球回收标准（GRS）认证。公司始终瞄准可持续发展趋势，不断加大绿色、低碳、再生锦纶产品的开发和生产比重。公司锦纶丝达到 Oeko — Tex®Standard100 瑞士信心纺织品针对婴幼儿产品设立的人类生态学要求，是行业内达到此标准的领先企业；公司导入再生切片的项目，推出系列环保再生锦纶纤维产品，未来，公司将会探索实施化学法的可能性。 六、公司在市场定位以及市场竞争方面有哪些策略？ 答：公司通过成本领先、产品差异化和技术创新应对市场竞争。通过扩大产能和优化管理，进一步巩固行业地位。同时，以灵活的市场策略和国际化布局，降低对单一市场的依赖。在市场定位方面，公司根据市场需求和产品特性进行定价，常规产品通过规模优势保持竞争力，差异化产品通过提升性能开发实现市场领先。通过市场反馈机制，及时调整价格和供应策略。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 5 月 8 日