新恒泰 20260907

MPP 业务旺季放量与新材料国产替代加速

摘要

- MPP 业务为核心增长引擎，2026H1 收入增 25.71%，下半年进入传统旺季，订单排期 20-25 天，产能基本饱和。
- MPP 在新能源领域渗透加深，已由磷酸铁锂导入三元锂电池，并切入比亚迪、上汽、小米等整车厂电子安装包。
- 6G 通信用 MPP 材料已完成开发并进入最后测试，覆盖基站及车载设备；PVDF 国产替代材料已量产，瞄准千亿级洁净室市场。
- MTPU 高端鞋材预计 2026Q4 量产，年内贡献 1,000-2000 万收入，已通过国内头部品牌验证并对接国际品牌。
- 7 月火灾事故致 Q3 增速略受限，损失约 1,000 万以内，但复产迅速，扩产项目及 MTPU 进度已恢复至火灾前水平。
- MPP 成材率由初期 30%提升至 50%，每年目标提升 3%-5%，有效对冲新能源客户降价压力，提升盈利韧性。
- 传统 IXPE/PEG 业务受原油价格波动及关税影响，毛利承压，公司战略性维持现状并优先向高毛利新材料倾斜资源。

Q&A

请介绍一下公司 2026 年上半年的整体经营情况，包括营收、利润、各产品线的表现，以及导致收入与利润增长不同步的具体原因？

2026 年上半年，公司实现营业收入 4.3 亿元，同比增长 12.03%；实现利润约 5,100 万元，同比基本持平；扣除非经常性损益后的利润同比增长 6.18%。在各产品品类中，MPP 产品的收入增速最快。 收入与利润增长之所以出现不同步，主要有两方面原因： 第一，原材料价格波动导致传统产品毛利率下滑。受第二季度地缘政治冲突影响，原油价格上涨，导致公司两大传统产品 IXPE 和 PEG 的原材料成本大幅波动，毛利率同比出现下滑。 第二，特定费用增长。财务费用因人民币升值而同比显著增加；此外，公司于 2026 年 3 月 20 日上市，第二季度产生了一些上市相关的庆典费用，导致相关费用增加。 从业务订单情况看，IXPE 和 PEG

两大传统产品线总体保持稳定。

公司核心产品 MPP 材料在 2026 年及未来的发展规划是怎样的，尤其是在新能源、通信以及其他新开拓的应用领域有哪些具体进展？

MPP 产品是公司 2026 年及 2027 年重点发力的核心产品。目前，该产品收入占比最大的市场是新能源领域。 在新能源领域，主要有以下应用进展：

1. 动力与储能电池：得益于早期与宁德时代、比亚迪的合作，MPP 材料已成功导入磷酸铁锂电池，并正逐步导入三元锂电池。同时，该材料也应用于储能电池中。
2. 汽车电子安装包：通过与比亚迪的合作，该材料已成功导入汽车电子安装包领域，并已与上汽、吉利、小米等整车厂展开合作，这对收入增长有明显带动作用。
3. 下一代电池：公司正与头部客户的研发部门就下一代电池应用进行密切对接，开展技术参数和性能要求的检测与试验，目前进展顺利。

在 5G/6G 通信领域，公司与头部客户保持良好互动。特别是在 6G 领域，MPP 材料作为下一代地面信号接收设备的重要材料，相关产品已开发完成，覆盖了固定基站、移动端的车载和船载设备以及家庭应用等多个场景，目前正进行最后的测试验证，客户反馈效果明确且良好。随着客户 6G 推进计划的实施，相关订单预计将逐步放量。 在新应用领域开拓方面，基于超临界流体发泡这一平台技术，公司还拓展了以下市场：

1. 高端医用及半导体洁净室：公司已开发出一款用于保温管道的核心材料产品，并已实现量产。目前正与两家洁净室厂房建设工程方进行产品验证，若验证通过，该材料将导入中高端医用及半导体洁净室市场。
2. 中高端鞋材：利用超临界流体工艺开发的新型鞋材，已顺利通过国内头部品牌鞋厂的内部产品验证。公司正在积极扩产，计划于 2026 年第四季度实现量产和销售。为支持洁净室材料和中高端鞋材的后续扩产，公司已于 2026 年上半年新获得一块土地用于建设。

2026 年上半年 MPP 业务收入同比增长 25.71%，下半年的增长目标是怎样的？其增长动力主要来源于存量客户的份额提升还是新客户的放量？

根据历史数据，下半年通常是 MPP 产品的传统旺季，订单会非常饱和。从 2026 年 7 月和 8 月的情况来看，也印证了这一趋势，因此预计下半年的业务表现将好于上半年。 增长的增量主要来源于两个方面： 首先是老客户的需求增量。公司通过服务好宁德时代、比亚迪等头部客户，随着他们在市场中渗透率的提升，带动了订单的增长。例如，原先在宁德时代主要应用于磷酸铁锂电池的产品，现在

也已在三元锂电池中得到应用，应用范围的扩大直接导致了订单需求的增加。

公司 MPP 产能扩张受到设备资质和 7 月份安全事故的影响，目前的在建设备安装进度如何？该事故是否对 2026 年 Q3 和 Q4 的产能释放及收入贡献产生影响？

2026 年 7 月的火灾事故确实打乱了公司的整体推进节奏。尽管财产损失很小，但出于合规风险和监管要求，公司对生产线进行了全面的安全生产隐患排查、整顿和改良，这在一定程度上影响了整体进度，可能导致第三季度的增长率略受影响。不过，公司的复产进度非常迅速，主要产能已基本全部恢复。 目前，MPP 的扩产项目正按计划推进，产能正在逐月释放。公司的设备系自行组装，以保护核心机密和产线技术，虽然这比直接采购成型设备速度稍慢，但整体进度已恢复至火灾发生前的水平，没有持续影响。 此外，原计划在受火灾影响的厂房内进行的 MTPU 产能扩张，已通过在 7 月底于旁边租用一万多平方米的场地来继续推进，用于 MTPU 高端鞋材的扩产。虽然整体节奏比原计划稍晚，但预计相关扩产项目能在第四季度完成，销售也将逐步体现，整体受影响不大。

在公司上半年 MPP 业务的增长中，应用于宁德时代电芯内部的收入贡献占比是多少？相较于传统的电池组件应用，其价值量和毛利率有何不同？

将 MPP 材料应用于电芯内部是宁德时代在两三年前立项的一个研发项目，经过多年的合作、磨合与测试，该材料的可行性及其在提升电池安全性与寿命方面的作用得到了认可。该项目已于 2026 年落地并实现小批量供货。 然而，目前该应用的推进速度尚不快，在 MPP 整体销售收入中，应用于电芯内部的收入贡献仍然很小，约为几十万元，占比非常低。未来是否会大规模应用，取决于宁德时代的整体规划安排，目前尚未掌握具体信息。 从技术角度看，电芯内部应用的技术要求和参数与外部应用差异巨大，实现难度也更高。因此，如果未来能够实现放量销售，其产品利润率预计将显著高于应用于传统领域的毛利率。具体的毛利率水平，由于尚未大规模量产，目前还无法确定。

公司在半导体洁净室用 PVDF 材料这一新业务领域取得了怎样的进展？与国外垄断产品相比，公司产品在性能和成本方面具备哪些优势？

该款 PVDF 材料是一款国产替代产品，目前该领域市场几乎由一家英国老牌发泡企业垄断。该材料的应用起源于十几二十年前，美国辉瑞公司为解决生物医药洁净室管道因非抗菌而需定期停产更换的问题，与这家英国企业合作开发了此产品。该材料的应用避免了管道的定期更换，保障了生产的连续性。 经过多年研发，公司已于 2026 年成功开发出该产品，并通过了权威机构的验证。目前，产品样品已送至国内两家厂房洁净整合建设的工程方进行性能检测。一旦主要技术参数获得认可，公司便能切入该领域。 尽管这属于一个小众市场，在洁净室整体成本中占比较小，但它能解决客户在日常运行中的实际困扰。目前英国公司的垄断导致其产品单位价值量极高，据了解其吨位价格达到 100 万元人民币以上，且供应国内客户需通过空运，成本高昂。 若公司产品性能得到客户认可，将具备显

著的竞争优势：首先，在国内市场拥有先发优势；其次，成本优势明显，公司会制定有竞争力的定价策略；最后，地处国内，可以提供更优质的配套服务。鉴于国内洁净室厂房建设拥有千亿级的市场空间，预计该产品未来将成为一个有潜力的应用市场。

公司在研项目中提到用于液晶玻璃和晶圆的无析出防静电缓冲发泡材料已完成中试，该产品的客户验证进展如何？其主要目标是替代国内产品还是海外产品？

该项目目前仍处于公司内部实验室环节，尚未进入客户验证阶段。公司需要投入更多时间对产品进行打磨，待其初步性能符合客户需求后，才会送样至客户处进行确认。就市场定位而言，目前该领域的材料主要由国外同行生产，国内似乎还没有厂商推出相应产品，因此该产品旨在实现进口替代。

公司在低轨卫星天线罩材料方面的研发和业务进展如何？

公司正按照客户的进度安排，全力配合推进各个环节的工作，整体进展顺利，能够满足客户在各阶段的需求。公司已配合客户开发出适用于未来基站、移动端等所有应用环节的系列产品。这些产品在实验室的性能测试已顺利通过，目前正在进行实用场景的测试。公司已获得一些小批量订单，金额约一二十万元，但订单量尚不大。关于该产品何时能大规模放量以及具体的放量规模，取决于客户的整体推进安排，目前公司尚未掌握相关数据。

公司将 MTPU 高端鞋材作为一个重要的布局方向，2026 年该项目的进展如何，例如在产能、客户或品牌认证方面是否有关键节点？

公司目前正在全力推动 MTPU 的扩产工作。前期已与一两家头部的鞋类品牌客户进行对接，其内部的相关流程已基本完成。

请介绍新产品的量产进度、销售目标以及客户合作情况？

新产品的验证和样品确认流程已全部完成，目前等待产能落地即可获得批量订单。原计划于 2026 年第三季度实现量产和销售，但因火灾事件导致进度推迟。预计 2026 年第四季度可初步实现量产，并争取在年内实现约 1,000 万至 2000 万元的销售收入。2027 年，该产品预计将带来更显著的销售增长。目前已完成样品确认的主要是国内头部客户。同时，公司也在与国际品牌进行对接，并已完成部分产品路演，相关流程正在进行中，计划于 2026 年年底前在商务或技术环节完成阶段性任务，为 2027 年的产能释放和消化做准备。



在 MPP 产能紧张的情况下，公司如何平衡 MTPU 和 MPP 共用核心产线的问题？

针对 MTPU 和 MPP 共用产线的问题，公司会结合订单情况、客户需求以及未来整体战略安排，对产能进行科学分配。同时，公司将加大产能扩张的推进力度，包括招聘专业技术人员，以尽可能加快项目进度。

2026 年 7 月 3 日的火灾事故未在中报体现，预计对第三季度业绩有多大影响？

该火灾事故发生于 7 月 3 日，因此未体现在半年度报告中，其影响将在第三季度财务数据中有所体现。根据内部初步测算，包括财产损失和停工损失在内的总金额预计在 1,000 万元以内。目前仍在等待官方价格监测部门对财产损失金额的最终确认。

公司对 PE 和 IXPE 这两块传统业务未来的产品结构优化和战略布局有何考虑？

PE 和 IXPE 业务所处市场竞争激烈，属于红海领域。公司的既定规划是维持这两块业务的现有产能。未来，随着新产品市场需求的提升，若其增长速度符合甚至超过预期，公司可能会对传统业务的产能进行部分缩减和调整。特别是毛利率仅有十几个百分点的 PE 业务，未来可能进行优化调整，将资源集中于优势和拳头产品。此外，2026 年上半年，这两块业务的毛利率均受到原材料价格高位运行的影响，且成本转移难度较大，预计下半年的盈利能力仍将面临压力。公司的整体方向是优先确保新产品的推进，并根据其进展来适时调整老产品业务。

从量价角度分析，公司上半年营收和利润增长的主要驱动因素是什么？

核心驱动因素是量的增长。在价格方面，无论是传统产品还是新产品都面临压力。例如，新产品 MPP 主要应用于高度“内卷”的新能源领域，尽管其材料成本占比较小，但价格仍有压力。因此，公司的盈利水平提升主要通过量的增长，以及持续推进内部降本增效和产品配方调整等措施来实现。

目前 MPP 产品的在手订单能见度或排期情况如何？

MPP 产品的生产周期不长，通常在 7 到 10 天左右。2026 年下半年是该领域的传统旺季，目前 MPP 的产能非常饱和，基本能实现产销平衡。在手订单量大致可以维持 20 到 25 天的生产。

与 2026 年初或 2025 年相比，MPP 产品的成材率是否有变化？

成材率有明显提升。在产品推向市场的初期，成材率约为 30%，经过数年努力，目前已成功提升至 50%左右，提升了约 20 个百分点。这一提升有效消化了头部客户每年的降价要求。公司对研发部门设有年度考核要求，即每年将成材率提升

3%至 5%。根据目前的推进进度，有信心在 2026 年完成该区间的提升目标。

2026 年上半年外销业务收入略有下滑的主要原因是什么？

外销业务的核心客户群体是 IXPE 材料对应的 PVDF 地板客户，其主要市场在美国和欧盟。受中美关税影响，这些客户已将生产转移至东南亚和墨西哥等地，公司为提供配套服务也在泰国和越南设立了子公司。2026 年上半年外销下滑的主要原因是，美伊冲突导致石油价格上涨，进而推高了相关原材料价格。由于原材料价格持续高位运行，客户出于风险控制的考虑，下单变得非常谨慎，多采用小批量下单模式，避免在高位囤积库存，这导致了 IXPE 材料在上半年的营收和毛利均出现不同程度的下滑。

2026 年上半年经营性现金流为负，同时应收账款和存货较高，其具体原因是什么？库存结构和应收账款风险如何？

2026 年半年报的存货达到了近年来的高点，主要是因为公司为应对美伊冲突导致的原材料价格大幅波动，在上半年对主要原材料进行了一定的战略备货，以确保接单和成本可控，这也是导致经营性现金流为负数千万元的主要原因。应收账款相较于 2025 年同期有所增长，主要源于两方面：一是部分 PB 业务客户的影响；二是在 MTPU 产能扩张后，新开发的汽车乘用车领域客户通常有至少 3 个月的账期，导致上半年应收账款同比增加。

股东张忠彦在 2026 年 7 月和 9 月进行增持的原因是什么？公司未来是否有股权激励计划？

该股东是实际控制人的一致行动人。其增持行为是基于对公司未来发展的信心，此前他曾多次参加公司会议，对公司未来发展情况有一定了解。未来，在价格合适的阶段，公司会考虑择机推出股权激励等措施。随着后续新产品和新业务领域的开拓，公司需要利用上市平台提供的多种内部激励工具来留住人才，待时机成熟时会考虑相关计划。