

马鞍山钢铁股份有限公司 估值提升计划

马鞍山钢铁股份有限公司（“本公司”或“公司”）董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

重要内容提示：

● 估值提升计划的触发情形及审议程序：2024 年，公司连续 12 个月每个交易日的收盘价均低于最近一个会计年度经审计的每股归属于公司普通股股东的净资产。根据《上市公司监管指引第 10 号——市值管理》（“指引”），属于应当制定估值提升计划的情形。公司第十届董事会第三十六次会议审议通过了本估值提升计划。

● 估值提升计划概述：公司将通过着力提升经营质量、探索构建企业增长新曲线、建立健全长效激励机制、高度重视股东回报、持续优化信息披露、继续做好投资者关系管理等举措，提升公司投资价值和股东回报能力。

● 风险提示：本估值提升计划仅为公司行动计划，不代表公司对业绩、股价、重大事件等任何指标或事项的承诺。公司业绩及二级市场表现受到宏观形势、行业政策、市场情况等诸多因素影响，相关目标的实现情况存在不确定性。

一、估值提升计划的触发情形及审议程序

（一）触发情形

2024 年，公司连续 12 个月每个交易日的收盘价均低于最近一个

会计年度经审计的每股归属于公司普通股股东的净资产。其中：2024年1月1日至3月28日每个交易日的收盘价均低于2022年末经审计的每股归属于公司普通股股东的净资产，2024年3月29日至12月31日每个交易日的收盘价均低于2023年末经审计的每股归属于公司普通股股东的净资产，属于指引规定的长期破净情形。为此，公司根据指引，在2024年“提质增效重回报”专项行动方案基础上，制定本计划。

（二）审议程序

2025年3月28日，公司召开第十届董事会第三十六次会议，审议通过《马鞍山钢铁股份有限公司估值提升计划》，该议案无需提交股东大会审议。

二、估值提升计划的具体内容

公司深入贯彻《国务院关于进一步提高上市公司质量的意见》，积极响应中国证监会指引，推动企业以高质量发展提升公司投资价值、增强股东回报、保障股东权益。

1. 着力提升经营质量。面对严峻复杂的市场环境，公司积极应对，坚持以“四化”（高端化、智能化、绿色化、高效化）为发展方向，以“四有”（有订单的生产、有边际的产量、有利润的收入、有现金的利润）为经营原则，聚焦“2343”经营策略（铁前聚焦“低成本、高产量”，钢轧聚焦“高品质、高效率、低消耗”，板带材加快向“冷系、高强、涂镀、新能源”、优特材加快向“安全、长寿、绿色”重点方向极致迈进），深化整合协同，强化改革创新，着力提升价值创造能力。

一是以落实商业计划书为主线，全力推动经营改善。立足当前实

际，坚定不移对标找差，对照商业计划书明确的重点工作策划、战略任务、改善项目，逐项细化工作举措，逐层压实落实责任，凝聚上下一条心、拧成一股绳的强大合力，确保主要经营目标实现，力争更好结果。

二是聚焦价值创造，推进全工序降本增效。聚焦“低成本、高产量”，优化采购策略，完善运行机制，落实以高炉为核心的铁前生产责任体系，推动铁水指标晋档升级，提升铁水成本竞争力。聚焦“高品质、高效率、低消耗”，完善全工序成本管控，夯实成本管理基础，持续提升基层成本管控能力；优化钢轧工序极致高效组产模式，推进产线协同，充分释放优势产线产能，推动吨钢均摊成本降低。全面深化算账经营，加强财务 CE+系统应用，从严从紧将费用压降工作落实到具体的业务、岗位及合同，大力推进招标采购，应招必招、能招尽招，强化成本费用管控；持续优化债务结构，降低财务费用，提升资本回报率。

三是聚焦产品经营，持续提高细分市场占有率。围绕产品差异化，巩固提升重点产品销量；聚焦重点客户，持续拓展销售渠道。积极承担中国宝武将优特长材打造成为第三大战略产品的使命责任，持续做专做强特钢产品；调整长材和型钢品种结构，力争实现增效目标；培育和壮大高速、重载、大功率和城轨车轮等产品的核心竞争优势，提高车轮产品市占率；深耕轨道交通领域新材料，全力推进高速车轮国产化，尽早实现批量商业化应用。

四是聚焦绿智赋能，提升数字化绿色化发展水平。强化数据应用。加大数实融合创新，构建全要素、全链路的数据模型，缩短决策流程；实施以产销一体化系统为基础的信息化优化整合，实现产品全生命周

期一贯制管控。推进“双碳”管理。开展碳管理体系认证，强化碳绩效管理，做好碳配额统筹，降低碳履约成本；持续推进低碳工艺技术研发，完善产品 EPD 碳足迹认证。追求极致能效。瞄准重点工序能效提升，持续优化节能路径，进一步降低能耗；提升绿色发电比例，优化用电结构。

五是强化科技创新支撑，加快发展新质生产力。紧密跟踪国家战略导向和市场需求，加强应用基础研究和原创性引领性技术攻关，提高战略性新兴产业比重。围绕钢铁产品新应用场景、应用领域和新需求，推进高端产品研发和关键核心技术攻关，着力解决“卡脖子”难题。积极承担国家“使命担当工程”，持续推进时速 400 公里动车组轮轴关键技术研究，扩大高铁轮轴自主化装车应用。依托安徽汽车产业优势，加强汽车用钢产品研发，积极抢占区域市场，提高细分市场产品占有率。

六是提升效率效能，推动内涵式发展。围绕产线效率提升，深化集约化制造，坚持“四有”经营原则下的满产满销，以边际贡献为衡量，优化订单分配和产线分工，动态平衡资源，推进减量化调结构背景下保留产线的产能利用率提升。围绕资金效率提升，严抓“两金”管控，优化付现成本管理，严格控制长库龄库存，减少不必要库存积压，加速应收账款回收，提高存货周转率。

2. 探索构建企业增长新曲线。公司坚定不移深化改革，全力以赴变革突破，坚决消除影响和制约高质量发展的不利因素，探索构建企业增长新曲线。2024 年 12 月，中央经济工作会议提出，要综合整治“内卷式”竞争，规范地方政府和企业行为。目前，钢铁行业处于“减量发展、存量优化”阶段，国内钢材需求量已连续四年下降，包括公

司在内的钢铁企业盈利空间持续受压。未来，公司进一步推进高质量发展，需要解放思想、打破增量发展阶段的惯性思维，把市场化思维引入到改革创新当中，探索、丰富、拓展乃至重构公司的发展路径、经营模式及资产结构、业务布局，通过转型发展构建企业新增长点，提升核心竞争力。

3. 建立健全长效激励机制。公司深入践行新型经营责任制理念，尤为重视董事、高级管理人员等“关键少数”的核心作用，持续强化其履职尽责的担当意识和责任意识，充分激发“关键少数”的潜能与效能，致力于提升经营质量。公司全面推行经营管理团队任期制和契约化管理，组织签订 2024 年度和 2024-2026 年任期经理层成员聘书及经营业绩责任书，明确约定依据利润总额、净资产收益率、资产负债率等关键年度经营业绩指标及个人绩效评价结果，来合理确定高级管理人员的薪酬收入，确保其紧密承接公司目标任务，并在决策过程中更加聚焦于公司业务的发展与公司战略目标的实现。公司控股子公司宝武集团马钢轨交材料科技有限公司（“马钢交材”）通过实施股权激励计划，将其经营团队、核心骨干的利益与马钢交材的整体利益紧密相连，构建利益共同体，有效激发其经营管理团队及核心骨干的内在动力，为马钢交材的长期稳健发展注入强劲动力，从而更好地维护公司与全体股东的利益。

4. 高度重视股东回报。公司高度重视回报股东，切实践行“共享”价值观，积极展现对股东负责任的态度。根据中国证监会关于上市公司现金分红的相关规定，在《公司章程》中明确规定“分配的利润不少于可分配利润的 50%”“公司年度股东大会审议年度利润分配方案，可以同时审议批准下一年中期现金分红的条件、比例上限、金额上限

等”“董事会根据股东大会决议在符合利润分配的条件下制定具体的中期分红方案”。上市以来，公司本着重视股东合理投资回报、兼顾公司合理资金需求原则，优先采取现金分配方式分配股利，现金分红 22 次，分红金额共约 155 亿元，约占累计实现净利润的 56%。未来，公司将根据实际经营业绩，严格落实相关规定或要求，合理制定利润分配方案，继续与广大股东共享经营成果。

5. 持续优化信息披露。公司高度重视信息披露工作，通过持续提高信息披露质量，努力提高公司透明度。公司认真履行信息披露义务，在日常的信息披露工作中，坚持真实、准确、完整、及时、公平的原则，保证信息披露的真实、准确、完整，确保没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。同时，公司结合投资者普遍关注的问题及公司经营情况，根据投资者的阅读习惯，对披露的内容进行持续优化，努力保证公告内容简明清晰、通俗易懂。未来，公司将在合法合规的前提下，继续以投资者需要为导向，强化信息披露管理特别是可持续发展信息披露管理，通过优化内容和形式，提高所披露信息的有效性，尽可能为投资者的价值判断和投资决策提供其所必需的信息；亦将密切关注市场对公司价值的反映，在市场表现明显偏离公司价值时，公司将审慎分析研判可能原因，并依法合规履行信息披露义务，促进公司投资价值真实反映公司质量。

6. 继续做好投资者关系管理。公司积极维护投资者尤其是中小投资者的合法权益，通过建立多渠道、多层次与投资者交流的途径，努力建立并维护与投资者之间的良性互动，维护良好的投资者关系，增进投资者价值认同。2024 年，公司举办了年度业绩发布会及半年度、三季报业绩发布会，观看人次约 40 万次，同时参加了首创证券联合

上海证券交易所开展的“我是股东”走进上市公司活动，向投资者及公众展示了公司的良好形象。未来，公司将加强外部沟通，做好公司价值传递，拟采取的措施包括：认真研究行业发展趋势，深挖凝炼公司亮点和竞争优势，通过路演与反路演“走出去”“请进来”多渠道传递公司价值，增进投资者对公司的了解与信心；常态化组织召开业绩说明会，解读定期报告，分析经营活动，阐述发展战略；密切关注市场动态，收集整理投资者关心问题，定期汇报，持续畅通市场信息及问题的反馈渠道等等。

7. 择机引导股东提振信心。公司高度重视与“关键少数”控股股东的沟通交流和信息互通，助力控股股东强化“关键少数”的责任意识，充分发挥控股股东的积极作用。一直以来，控股股东马钢集团在增强投资者信心方面给公司强有力的支撑，于2020年和2024年两次通过上海证券交易所集合竞价系统增持公司股票。未来，公司将密切关注市场对公司价值的反映，在市场表现明显偏离上市公司价值时，引导控股股东在符合条件的情况下通过自愿增持或自愿延长股份锁定期以及承诺不减持股份等方式，提振市场信心。

三、评估安排

估值提升计划披露后，公司将每年对计划的实施效果进行评估，评估后需要完善的，经董事会审议后披露。公司触发长期破净情形所在会计年度，如日平均市净率低于所在行业平均值的，公司将就估值提升计划的执行情况，在年度业绩说明会中进行说明。

四、风险提示

本估值提升计划仅为公司行动计划，不代表公司对业绩、股价、重大事件等任何指标或事项的承诺。公司业绩及二级市场表现受到宏

观形势、行业政策、市场情况等诸多因素影响，相关目标的实现情况存在不确定性。

本估值提升计划中的相关措施，系基于公司对当前经营情况、财务状况、市场环境、监管政策等条件和对未来相关情况的合理预期所制定。若未来因相关因素发生变化导致本计划不再具备实施基础，则公司将根据实际情况对计划进行修正或者终止。敬请投资者理性投资，注意投资风险。

特此公告。

马鞍山钢铁股份有限公司董事会

2025 年 3 月 28 日