

证券代码：688165

证券简称：埃夫特

埃夫特智能机器人股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-005

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
参与单位名称	工银瑞信、大家资产、博海汇金、粤开创投、东方基金、易方达、皋颐基金、复星创富、博普资产、鹏扬基金、宏利基金、彤源投资、山金金泉私募、美国资本集团、深圳红筹、钱塘智慧城、上海财杰资管、北京君成、中信建投、人保资产、诺安基金、国泰基金、兴全基金、正心谷资本、惠升基金、江苏瑞华、乐信投资、立龙资产、华宝基金、立心资产、睿石泓远、昱奕资产、煜德投资、微远资本、国开金融、昆石资本、华信联投、招银理财、英大信托、宁夏日盛、机智股权、物产中大、中睿合银、尚峰资本、华泰保兴、慈阳投资、善境资产、东兴证券、国海证券、华富基金、鹤禧私募、招商基金、浦银安盛、中海基金、睿亿投资、重鼎资本、鑫元基金、竹润投资、混沌投资、华安基金、恒昇基金、弘尚资产、弥远投资、于翼资产、观火资本等
时间	2025年5月7日 12:00-13:00 2025年5月7日 14:30-15:30 2025年5月7日 15:30-16:30 2025年5月7日 16:40-17:40 2025年5月8日 9:00-10:00 2025年5月8日 10:00-11:00 2025年5月8日 12:00-13:00 2025年5月8日 13:30-14:30

	2025年5月8日 14:30-15:30 2025年5月9日 10:00-11:00 2025年5月9日 12:00-13:00 2025年5月9日 15:30-16:30
地点	杭州、上海
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书、财务总监：康斌 证券事务代表：陈青
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司基本情况及2024年年度经营情况介绍 二、主要问题与回复 1、2024年公司经营情况及变动原因？ 答：2024年公司营业收入较上年同期下降约27%，主要系公司系统集成业务收入下降所致，营业收入的变动符合公司的整体战略资源配置方向。2024年公司战略核心业务-机器人业务销量同比增长超30%，远高于中国市场平均3.9%的增速，但受产品组合及市场价格竞争加剧影响，机器人业务收入小幅下降；公司系统集成业务收入下降系受2023年末公司处置巴西子公司控制权，及国内系统集成业务、国外通用集成业务等主动进行风险控制和减少资源占用而控制规模带来收入规模下降双重影响。但由于平台化开发、资源聚焦及降本控费等措施执行有效，公司主营业务毛利率较上年同期略有提高。同时公司为机器人销售渠道和团队能力建设、产品及技术研发保持了较高的投入。 2、2024年，公司工业机器人出货情况和下游行业分布？ 答：2024年公司工业机器人出货量较上年同期增长超过30%，远高于市场整体增长水平。根据MIR睿工业统计数据，公司2024年国内工业机器人市场销售台数排名（含所有外资品牌）由2023年的第8位上升到2024年的第6位。 从下游行业来看，2024年公司工业机器人出货量的增量主要来自于3C电子和通用工业，其中3C电子占比约30%，通用工业占

	比超40%；另外，新能源行业占比不到20%，汽车及汽车零部件行业占比不到10%。 3、公司2024年度各机型机器人销量占比？大负载机器人的应用场景？ 答：目前公司各机型产品主要分类及2024年销量占比分别如下：桌面及SCARA机器人，占比约39%；中小负载机器人，占比约50%；大负载机器人，占比约11%，主要应用在如汽车、锂电、光伏等多个行业的码垛、搬运等应用。 4、2025年第一季度公司主营业务经营情况及变动原因？ 答：2025年第一季度，公司坚定战略方向，坚持以智能机器人为核心的战略聚焦，积极投入具身智能领域的研究与开发。公司工业机器人出货量比去年同期持续保持增长，研发投入比去年同期增加超75%，公司智能机器人通用技术底座在2月底成功实现第一个里程碑目标并向市场发布，公司走出迈向具身智能机器人的坚实一步。与此同时，下游客户需求变缓，但为了进一步扩大市场份额，培养应用生态，加快获取场景应用经验数据，公司采用了更为激进的市场推广策略，叠加产品组合影响，公司机器人业务销售收入同比下降约11%；叠加欧洲汽车工业正处于动荡期，在手项目的订单额削减及整体欧洲市场新增产线投资不足导致的海外业务收入下降约40%，公司净亏损较上年同期有所扩大。 5、公司工业机器人主要出口到哪些国家或地区？ 答：公司在机器人出海方面主要依托历史沉淀的客户资源和运营体系，采用“跟随客户出海”、“借力合作伙伴”、“依托海外子公司”等策略，将公司机器人产品打入国际市场，目前公司的机器人已经在意大利、波兰、巴西等地形成销售，通过与集成商伙伴合作，公司的终端客户会辐射到俄罗斯、东南亚以及北美等地。 6、目前贸易战背景下，如果公司客户出海新建生产基地，公
--	---

	司在哪些国家或地区可以顺畅出货？ 答：目前公司已经获得了CE认证、ATEX防爆认证、NRTL认证等北美、欧洲的多个产品认证，取得了拓展这些海外市场的资质。 7、公司机器人在汽车行业的推广情况如何？ 答：机器人整机在汽车行业应用拓展方面，公司重点推进焊接、喷涂、码垛等应用场景的开发，重点突破汽车整车厂及汽车零部件厂的点焊、弧焊、喷漆、涂胶、搬运等应用。2024年度，公司在汽车及汽车零部件行业取得重大突破，公司的工业机器人产品在国内新能源汽车头部企业持续获得批量订单： 在点焊应用领域：公司主要产品用于白车身三级总成自动化产线和零部件焊接，在工业制造后纵梁产线、前围板、轮罩、电池盒等汽车三级部件及总成零部件焊装工艺（伺服点焊、螺柱焊、螺母凸焊等）应用，获得汽车主机厂及Tier1零部件企业的认可，这代表着国产机器人在汽车主机厂和零部件企业已具备焊装工艺机器人替换的能力。 在弧焊应用场景方面：公司产品广泛应用于国内头部企业的副车架、电池托盘、座椅、仪表盘、减震器等各方面。 在喷涂应用场景方面：公司在汽车乘用车、汽车商用车灯塔客户实现整车喷涂领域的突破和示范应用，打破国外喷涂机器人企业在汽车行业的垄断，并开始在国内外汽车整车灯塔客户做批量推广应用。 8、公司核心零部件国产化率情况？减速器主要外采品牌？ 答：目前公司的关键部件国产化率已达到95%以上，其中控制器的自主化率已达99%以上，只有少量元器件会采用进口。 公司减速器使用的品牌主要有绿的谐波、环动、智同等。 9、公司机器人在工业场景应用的工艺包是如何积累的？ 答：主要通过三种方式：第一，公司成功收购了CMA、EVOLUT、WFC等境外子公司，在多年自研积累的基础上，通
--	---

	过消化吸收境外关键技术，为客户提供喷、打磨、抛光等解决方案；第二，公司与下游集成商伙伴合作，积累合作伙伴在应用侧的工艺数据；第三，公司打造智能机器人通用技术底座，开放给开发者或者集成商研发机器人应用程序，实现众多细分领域及应用场景工艺数据的积累。 10、公司发布RaaS模式的出发点和实现情况？ 答：公司规划的RaaS模式（Robot as a Service，机器人即服务），主要是将基于通用技术底座的智能机器人标准工作站通过按需租赁的方式投入制造企业为其提供驻场代工业务和相关服务，为客户提供柔性的自动化服务方案。RaaS模式致力于解决以往机器人租赁模式“不好用、不会用、用不起”的痛难点，以“低门槛、高回报”助力企业低成本且快速高效地解决“多品种小批量”的实际挑战。 公司RaaS模式已在家具行业得到验证，目前需结合市场需要、试点数据积累反馈等综合评定其经济性和复制性，决定投资推广规模。 11、智能机器人通用技术底座的研发模式？ 答：公司采用自研（包括公司自有技术研发人才、自主招聘高端人才）以及通过产学研与高校合作方式共同开展相关领域的研发探索工作。合作高校包括清华大学、中国科学技术大学、安徽工程大学、苏州大学、上海交通大学、山东大学、哈尔滨工业大学、合肥工业大学、北京航空航天大学等。 12、公司与华为的合作方向？ 答：公司与华为主要在具身智能和智能机器人等领域展开深入合作：一是共同开展具身智能底层技术研发；二是推动智能机器人产品升级；三是加强产业生态合作。 13、请介绍公司人形机器人的研发进展和量产规划。 答：2月28日公司举办了2025年合作伙伴大会，推出了人形机器人第一代样机Yobot W1/R1，后续进一步更新迭代，旨在验
--	---

	证智能机器人通用技术底座，推动通用技术底座的进一步优化，促进智能机器人在更多场景落地应用。公司技术研发重点关注提升机器人系统的智能化水平，将根据市场的需求和技术研发的进展适时推出适用不同场景的多种形态的智能机器人，并结合具体市场情况再进行量产规划。 14、公司人形机器人后续发展方向？差异化的体现？ 答：公司人形机器人的方向为聚焦机器人智能化水平，而不拘泥于机器人所呈现的“人”的形态，更多地投入在智能机器人通用技术底座的研究，该产品集成了开发工具链（墨斗IDE集成开发环境）、操作系统（OpenmindOS）及数据采集与处理平台（大衍数据平台）等核心组件，其中大衍数据平台针对机器人行业数据分散、利用率低的问题，结合数据采集场景，形成了采集、清洗、存储、标注、训练一体的人工智能模型训练平台，将赋予机器人更多智慧，提高智能化水平，让机器人可以覆盖更多的应用场景。公司将继续更新迭代人形机器人，对通用技术底座进一步验证。 差异化主要体现在两个方面：一是更高的智能化水平，可以多品种小批量，适用更多应用场景；二是可以让机器人执行更多不同功能，并实现自我学习，提升学习能力和使用效率。 15、海外子公司CMA、EVOLUT和WFC的收购对公司的影响？ 答：一方面，公司成功收购了CMA喷涂机器人公司，EVOLUT、WFC等公司，对相关技术进行消化吸收，可为客户提供喷涂、打磨、抛光等解决方案，同时开拓了很多行业灯塔客户。相关公司的收购、并购让公司的产品和技术都得到了一定提升，可以服务更多领域、行业和客户，对公司的发展有战略意义。另一方面，在境外机器人产品推广方面，公司依托历史沉淀的客户资源和运营体系，采用“欧洲子公司推广”、“跟随客户出海”、“借力合作伙伴”等策略，将公司机器人
--	---

	产品打入国际市场，收购的海外子公司是公司开拓海外机器人市场的重要切入点。 16、公司投建超级工厂的规划是怎样的？ 答：一方面，根据高工机器人的市场预测，到2030年中国工业机器人市场销量预计将达到70万台，同时国产机器人份额将达到80%以上。另一方面，目前中低端产品同质化竞争形势严峻，而高端产品仍有很大竞争空间，公司致力于走向高端化，通过进一步加强对新工厂的温度、湿度等环境标准的严格把控，提高生产效率和产品质量，向市场提供高品质的机器人。基于对未来市场需求以及公司经营发展规划，公司需要为未来发展做好产能储备。公司将根据市场发展的情况审慎稳健推进本项目，分期建设，项目一期建成达产预计可实现年产5万台高性能工业机器人，全部建成达产后预计可实现年产10万台高性能工业机器人。 17、当前国产品牌机器人市场占有率超过国外品牌，两者在下游场景应用的差异有哪些？ 答：主要体现在汽车及汽车零部件领域，国外品牌进驻汽车领域较早，且汽车领域准入门槛更高、验证时间更长，国产品牌在汽车领域份额较少。公司的工业机器人已在汽车及汽车零部件行业的点焊、弧焊、码垛等场景应用；公司的喷涂机器人在汽车乘用车、汽车商用车灯塔客户实现整车喷涂领域的示范应用，并开始在国内外汽车整车灯塔客户做批量推广应用。2024年公司推出了300公斤负载平台机器人，精准对标汽车行业应用。 18、在焊接领域，公司与国内友商的差异点有哪些？ 答：焊接应用是公司重要的集成应用之一。一方面，公司组织了专门的团队去进行研发、销售、市场开拓等；另一方面，公司出于重点布局钢结构焊接赛道的考虑参股了工布智造，其在钢结构领域有非常丰富的经验和成熟的应用技术，公司在工业
--	--

	机器人方面的专业研发能力和生产制造能力与其有机结合，各取所长以开拓更大的市场。 19、在公司看来，机器人很难进入哪些领域？ 答：公司拥有全系列覆盖3公斤-300公斤不同负载的机器人产品，能够满足3C电子、新能源、汽车及汽车零部件、家具、卫浴、陶瓷、轨道交通、集装箱、金属加工、钢结构、船舶、食品饮料等各行各业的不同场景应用需求。目前公司机器人产品尚未能进入矿山、深海、冶金、码头等特殊环境或超大负载要求的行业，以及通用工业中部分细分行业多品种小批量场景。 20、公司对工业机器人行业竞争态势的看法？ 答：从2023年开始工业机器人行业就面临着激烈的竞争，随着整体竞争格局的加速，价格也会成为影响订单获取的影响因素之一。在此情形下，会倒逼各机器人厂家提升对成本的控制能力，加速机器人厂家对供应链的快速布局和深度优化，头部企业会加快上下游的资源整合和关键环节的自主可控。因此，整体来看，行业洗牌会加速，激烈的行业竞争会持续。在目前的市场竞争格局下，行业龙头企业将能体现出产品优势，技术优势、市场优势、长期服务能力优势等。从市场出货数据来看，国产机器人企业的份额在增加，订单往国产机器人头部企业聚集的效应明显。最终或会形成少数头部企业加上专注细分市场、细分应用的企业的竞争格局。
是否涉及应当披露重大信息的说明	否
附件清单（如有）	无
日期	2025年5月7日、5月8日、5月9日