

证券代码：603289

证券简称：泰瑞机器

债券代码：113686

债券简称：泰瑞转债

泰瑞机器股份有限公司

2026年5月14日投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	农银汇理 徐乾亮 东证融汇 李由 财通证券 柳婧舒 博时基金 高晖、乔奇兵 国联民生 林浩睿 国信证券 吴越 华福证券 张弛

	<p>新华基金 朱旭</p> <p>言起投资 李铭嘉</p>
时间	2026年5月14日（星期四）13:30-15:30
地点	浙江省杭州钱塘区白杨街道银海街417号泰瑞全球总部大楼
上市公司接待人员姓名	<p>董事会秘书：丁宏娇女士</p> <p>财务总监：章丽芳女士</p> <p>证券事务代表：高琪女士</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、介绍公司基本情况</p> <p>公司董事会秘书、财务总监、证券事务代表带领与会投资者参观公司展厅，介绍了公司使命、价值观、发展历程、业务布局、下游应用场景、专利及获奖情况等。</p> <p>二、问答交流环节</p> <p>问题 1：公司 2025 年整体营收、内外销表现如何？</p> <p>答：2025 年公司营业收入 1,206,099,418.54 元，同比增加 5.05%，主要原因是公司积极布局海外市场，海外业务收入增长所致。其中，从内外销来看：内销主营业务收入 493,115,986.48 元，同比减少 21.65%；外销主营业务收入 701,669,231.78 元，同比增加 36.31%。内销毛利率 22.92%，</p>

同比增长 2.41 个百分点；外销毛利率 39.27%，同比减少 1.82 个百分点。

问题 2: 2025 年内销营收下滑但毛利率逆势增长，核心原因是什么？后续内销策略是否会调整？

答：国内市场竞争激励，同行普遍卷价格，公司暂未跟进价格内卷，优先把产能倾斜至高毛利外销市场，因此出现内销营收下滑、毛利率逆势抬升的情况。公司内销策略在具有较大的选择性：一是保毛利走高质量增长路线；二是适度降价冲规模牺牲部分毛利。

问题 3: 2025 年外销收入增长但毛利略有下滑，背后逻辑是什么？

答：主要是海外区域结构调整所致。公司 2025 年拓展亚洲市场，亚洲部分区域价格内卷毛利率偏低，而欧洲、南美、北美等区域毛利率较高，亚洲市场营收占比有所提升，拉低了外销整体毛利，但外销综合毛利仍显著高于内销。

问题 4: 2025 年海外各区域收入占比情况？

答：2025 年欧洲区域销售收入约为 20,815.35 万元，占外销收入占比 30.80%；亚洲区域销售收入约为 29,789.70 万元，占外销收入占比 44.08%；非洲区域销售收入约为 5,656.53 万元，占外销收入占比 8.37%；北美洲区域销售收入约为 2,954.26 万元，占外销收入占比 4.37%；南美洲区域销售收入约为 8,202.06 万元，占外销收入占比 12.14%；大洋洲区域销售收入约为 157.38 万元，占外销收入占比 0.23%。

问题 5: 公司不同机型标准交付周期大概多久? 定制化订单是否会延长交期?

答: 客户从提需求下订到交付, 一般情况大机型 65-90 天; 中机型 40-60 天; 小机型 25-35 天交付。(其中: 模力<250T 为小型机, 250-650T 为中型机, 锁模力>650T 为大型机), 针对定制化需求的订单, 会在标准的交付周期基础上增加 10-20 天不等。相较于以往, 我们缩短了制造周期。

问题 6: 公司海外收款账期、风控政策分别是什么?

答: 海外不同区域不同客户类型账期会有所不同, 但海外公司全部投保中信保, 给业务回款提供一层担保, 整体信用风险也相对较低。公司一直密切监控应收风险, 不断完善公司信用风险管理体系, 从源头管控、过程监督到结果考核, 优化及加强应收的全流程管理, 改善应收周转效率与资产质量。目前整体应收账款的周转情况及信用风险均处于可控范围。

问题 7: 公司客户拓展模式、直销经销占比及客户集中度如何?

答: 公司每年持续拓展大量新客户, 客户结构分散, 无单一大客户依赖风险。整体直销占比 64.7%、经销占比 35.3%; 海外有分子公司的区域以直销为主, 无分支机构区域依托当地代理商经销,KA 客户采用直销模式。

问题 8: 面对同行的价格竞争, 公司有哪些举措?

答: (1) 产品战略: 坚持“产品向上”, 打造更高端、更高效、更智能的产品体系, 打造一体化解决方案, 不断提高高毛利产品、解决方案的销售占比。(2) 技术创新: 坚持“技

术向上”，持续突破关键核心技术与行业工艺，以智能化、数字化和高能效技术引领成型装备的发展方向，避免陷入价格战泥潭。（3）客户结构：坚持“客户向上”，面向更高价值的全球核心客户群，提供更专业、更可靠、更具竞争力的整体解决方案，减少对低利润、高风险客户的依赖。（4）成本管控：推行精益生产与智能制造，优化供应链管理，向内部管理要效益，厚植成本优势。（5）全球化布局：坚持走全球化发展道路，利用海外市场的价格优势，平衡国内市场的竞争压力。

问题 9： 2026 年海外是否受地缘政治、物流影响？公司如何应对？

答：部分区域受地缘政治影响对海运有所影响，公司采取海外标准机型提前备库策略，缩短客户下单到交付、收入确认的周期，对冲海运及地缘带来的交付延迟。

问题 10： 公司大幅扩产， 公司成长潜力逻辑是？

（1）注塑机市场空间广阔，据 GGI 数据显示，2025 年全球注塑机市场规模为 114.1 亿美元，市场空间足够大，公司市占率不足 2%，市占率提升潜力大；（2）技术升级带来高端注塑机国产替代进程加快，泰瑞战略定位为国产替代进口高端注塑机，重心抢占欧洲大型机和多物料机的市场及日本电动机市场，高端客户对电动机的节能、高效，对多射机的复杂成型等要求越来越高，泰瑞替代进口的技术逐步已得到头部市场客户的验证，典型客户 BYD、宁波华翔等。此外，国内注塑机产品整体成本相对低于国外产品，价格差距将有助于国内产品在国外市场形成优势，并借助这种优势可不断扩大海外市场规模；（3）新能源带来增量机会，产业格局重构，新能源汽车产业的蓬勃发展，公司营收规模有望持续

	<p>攀升；（4）桐乡超级工厂项目建设的智能化工厂可有效提高注塑机和压铸机产品质量和降低成本；（5）公司持续开展注塑机优势产品的品质升级和技术提升，桐乡超级工厂项目将在 NEO 系列高端注塑机产品的基础上，不断研发并生产大型、智能、快速、精密、节能注塑机，丰富并优化产品结构，加快产品升级换代；（6）公司建立了覆盖全球核心市场的营销服务网络，未来公司将持续加大全球化布局，泰瑞通过技术、产品、产业链、品牌、营销服务等优势，在全球多元化供应链再造的过程中，会有高速增长的机会。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2026 年 5 月 14 日