

大元泵业 2024 年度暨 2025 年第一季度

业绩交流电话会议纪要

一、会议情况

(一) 会议时间：2025 年 4 月 27 日-2025 年 4 月 28 日

(二) 会议形式：电话会议

(三) 会议地点：电话会议

(四) 参会人员：

1、公司参会人员：

董事会秘书 黄霖翔；财务总监 叶晨晨；证券事务代表 张俊伟。

2、参会机构：

中信证券、东方财富证券、财通证券、中邮证券、华西证券、华泰证券、弘尚资产、中信建投、诺安基金、景顺长城基金、天弘基金、招商证券、易方达基金、博时基金、北京橡果资管、深圳市尚诚资管、北京同巨投资、上海度势投资、中天汇富基金、光大保德信、青岛中航赛维投资、上海金旷投资、上海国赞私募、深圳君茂投资、华夏久盈资管、乾惕投资、深圳前海汇杰达理资本、第一创业证券、博裕资本投资、银华基金、深圳市明达资管、北京容光私募、华商基金、理成资产、银河基金、上海常春藤投资、上海五地私募、兴业资管、上海天驷资管、上海森锦资管、上海复胜资管、太平洋资管、上海东恺资管、上海杭贵资管、国金基金、宝盈基金、民生加银基金、富安达基金、西部利得基金、天治基金、海富通基金、平安养老保险、富国基金、广发基金、建信基金、北京根本私募、华富基金、华泰保险、杭州晟维资管、嘉实基金、博道基金、上海混沌投资、深圳巨泰投资、广东正圆私募、首创证券、上海歌汝私募、长江证券、杭州俊腾私募、珠海德若私募、上海浩瑜恒投资、北京颐和久富投资、浙江和聚资管、上海松熙私募、北京涇谷私募、恒生前海基金、上海途灵资管、上海方物私募、深圳中兴威投资、上海天猊投资、东方证券、泰信基金、上海山楂树私募、工银瑞信基金、赢利基金、国寿安保基金、大成基金、北京星允投资、国泰君安证券、上海玖歌投资、浦银理财、中国国际金融等 91 家机构投资者。

二、电话会议的主要内容

（一）公司 2024 年度及 2025 年第一季度业务情况介绍

1、2024 年年度业务情况

2024 年度，公司的经营业绩整体呈现前低后高的态势，从收入端来看，第四季度营收的良好表现扭转了前三季度的下跌趋势，公司收入连续第六年实现增长且续创历史新高，诸如雷客商泵、液冷温控等新兴业务打开进一步增长空间，为公司收入贡献新的增长点；从利润端来看，第四季度公司净利润实现大幅恢复，但在前期欧洲出口业务的高基数及农泵业务市场环境的影响下全年利润小幅下滑，而另一方面，高基数等不利因素逐渐消弭、欧洲出口业务恢复趋势明显，也让公司看到未来发展的方向与信心。

2、2025 年第一季度业务情况

2025 年第一季度，公司的营业收入实现 37.21% 的大幅增长，各个业务板块均呈现收入恢复态势，而在多个因素影响下公司利润端略微下滑，具体来看：

（1）毛利结构影响：雷客商泵业务及液冷车泵业务同比实现大幅增长且占比提高，两块新业务仍处于前期的投入扩张阶段，毛利率水平较低；公司农泵业务板块积极调整销售政策，市场份额实现恢复，占公司整体业务比重回升。综上所述两个因素会对公司整体毛利构成结构产生影响，进而影响公司毛利率水平。

（2）费用影响：随着液冷温控等新业务的增长趋势进一步明确，公司也进一步加强前瞻性的业务及产品研发布局，这块会增大费用支出；近年来，随着温岭的募投项目进行转固，这块的摊销和折旧也对公司利润产生影响。

总体来看，今年一季度公司多个布局业务板块的营收大幅增长，公司在产品及业务布局上的路径逻辑更加清晰，将把产品业务的收入增长放在更加重要的位置；而随着欧洲出口业务显现积极信号、其他业务的优化调整，公司也将逐步提振利润水平。

（二）投资者提问

本次交流电话会议中投资者提问及公司回复的主要内容如下：

问题 1：公司在 2024 年年度报告中对产品业务进行了新的分类调整，这一考量是什么，对应的原有业务板块能给我们介绍一下么？

答：公司在定期报告中使用的原有产品分类是从 IPO 阶段开始一直沿用的，随着近年来公司业务的扩张发展，公司产品品类及涉及的细分领域日益增加，原有的产品业务分类已经无法匹配现有产品业务体系，为了让广大投资者能够更加清晰明确地分辨公司产品业务线，公司做了相应的分类调整。

公司整体的调整逻辑还是适配不同商业模式，并为可能的新业务发展预留框架。新分类基于三大场景：

（1）民用类产品主要是面向消费者的渠道及直销业务，以农泵业务及原有的壁挂炉、热泵配套的家用户蔽泵业务为主；（2）商用类产品主要以配套直销为主，包含原有的液冷车泵、雷客商泵等业务；（3）工业类产品主要是以项目制为主，主要以原有的工业泵业务为主构成。

而未来公司也将在业务端探索小系统集成业务，所以没有在产品分类中重点体现泵这一属性。

问题 2：公司 25 年一季度收入增长较快，但利润有所下滑，这块是不是有受到原材料方面的影响？

答：整体来看，公司产品使用的原材料类型较多，而且对原材料采取加权平均的计算方式，单一原材料及短期内原材料价格的涨跌对公司整体毛利率影响不大。总体来看，公司 25 年第一季度利润端主要还是受到毛利水平及费用端的影响，具体原因以上已经有介绍。

问题 3：2024 年第一季度公司毛利率接近历史高点，今年一季度同比回落，原因是什么？后续毛利率如何展望？

答：波动的原因主要还是产品结构的变化，去年一季度高毛利的家用屏蔽泵、工业泵占比高，今年一季度农泵、雷客商泵、液冷车泵等业务占比提升，拉低了整体毛利率。其次农泵业务的销售政策节点提前，往年农泵销售政策集中在二季度，今年提前至一季度，导致毛利率短期承压。全年来看，随着后续销售政策的针对性提升、欧洲节能泵业务的恢复，公司的全年毛利率预计仍能够维持稳定。

问题 4：公司液冷温控业务近期的发展情况如何？2024 年年报里液冷温控

业务共有 0.9 亿的营收规模，能不能帮忙具体拆分一下？

答：2024 年度，公司液冷温控业务实现约 0.9 亿元的收入，增长超过 80%，主要是应用在新能源车、风电、储能、数据中心等领域的液冷配套产品。2025 年第一季度公司液冷温控业务收入约 0.3 亿元，实现翻倍以上增长。

问题 5：公司应用于数据中心的液冷泵的发展近况如何？公司在这块有没有采取什么措施？

目前该领域采取的液冷泵使用方案主要分为两类，一类是传统不锈钢泵，另一类是电子水泵类型的产品方案。公司目前研究采用的液冷方案还是以电子水泵产品为主，该产品由液冷车泵产品延伸而来，拥有较高的可靠性及变频控制能力，能够适配高功率高密度环境。

在产品端，未来如果高功率、高密度数据中心需求日益扩张，电子水泵液冷的技术路线进一步确定，该块市场空间会逐步明确，公司也在整合各个经营体之间的技术产品资源，继续加强业务及技术研发投入，与下游客户一同推动行业标准的建立与发展。

在客户端，2025 年一季度公司在维谛技术等客户实现小批量送样，公司将进一步加强海外客户业务的开发，拓展产品品类，不断提升技术水平及品牌知名度。

问题 6：公司家用节能泵产品的收入趋势展望？该产品从单价和毛利率角度来看，会保持稳定么？

答：2024 年度，在客户库存及相关宏观因素的影响下，公司的家用节能泵业务整体承压。但从 2024 年第四季度及 2025 年第一季度来看，公司的家用节能泵产品收入呈现较好的恢复趋势，展会和业务层面也反馈部分积极信息，该业务的恢复态势较为明晰。而近年来，公司家用节能泵业务中大功率产品的占比日益增加，使得相关产品的价格及毛利率水平总体稳中向好。

问题 7：公司农泵业务的收入增长较快，但毛利水平整体承压，公司如何保证后续其持续增长？

答：积极的、提前的销售政策导致公司农泵在 2025 年第一季度毛利水平上有所下滑，但整体来看，作为刚需的通用机械产品，春耕夏种带来的农泵需求是固有存在的，未来的产品需求不会受到前期集中销售的太大扰动，一季度的增长重点还是不断提高自身市场份额的过程。

问题 8：公司家用屏蔽泵和普通型产品今年的发展会怎么样？

答：从业务端的反馈来看，今年家用屏蔽泵普通型产品在收入端还是以保证增长为目标的，在外销上的增长预期较为明确，在内销领域会采取积极的销售政策以保证收入增长。

问题 9：公司未来的资本开支还有哪些，计划如何？

答：总体来看，公司未来在资本开支方面主要分为以下几个方面：

（1）温岭新工厂：主要固定资产已经转固，资本开支接近尾声，剩余会有长时间的小幅支出；

（2）合肥新工厂：后续需要的支出还有约一个亿，按照目前的建设计划来看，我们会根据具体的搬迁情况在 2025 年底或是 2026 年进行转固；

（3）泰国产能建设计划：目前规划是 3000 万美元，目前这一块建设还需要看政府审批的具体进展，我们在整体规划上还是会根据具体的市场情况，按节奏进行逐步的建设投资。

以上的项目资本开支均经过公司前期的综合评估调研，并且公司的自有资金完全能够覆盖相关的资本开支，不会影响公司的正常生产经营。

问题 10：公司泰国产能建设的考虑是什么？

答：泰国的产能建设计划是公司初步的海外产能建设计划，主要的考量因素主要有以下两个方面：

（1）公司海外收入占比较高，国际化战略是未来的必由之路，泰国的产能建设也能够为公司未来的海外发展战略提供支点，整合公司国内外的供应和服务体系，提高公司外贸开拓能力。（2）东南亚地区的供应链及工业化过程会提供大量的水泵需求，东南亚市场也是公司的重点开拓方向，在泰国的产能建设计划

能够帮助公司抓住这一未来的发展机遇。

问题 11：公司的新业务，包括液冷温控业务及雷客商泵业务的毛利率水平展望如何？

答：目前来看，液冷温控业务中，应用在储能、数据中心等领域的产品毛利为正常水平，而液冷车泵的毛利水平偏低，未来随着其他领域产品的占比提升，液冷车泵规模效应释放，该业务的毛利水平将逐步改善；雷客商泵业务尚处于业务早期阶段，需要进一步加强产品端能力，在规模整体上去后毛利也会有改善。

问题 12：公司未来在分红方面会维持怎么样的规划？

答：公司经过董事会通过的 2024 年年度利润分配预案为每 10 股分派现金红利 2 元（含税），加上 2024 年半年度的现金分红，公司整体 2024 年度现金分红比例为每 10 股分派现金红利 7 元（含税），再加上回购注销的金额，公司整体 2024 年度现金分红及回购注销金额占公司归母净利润比例近 60%，仍维持了稳定的分红水平。未来公司将在支撑业务进一步发展的同时兼顾分红稳定性、连续性，严格遵守法规、公司章程分红政策、公司未来三年分红规划等，根据具体的利润水平制定利润分配方案。

问题 13：在外部环境较弱的情况下，公司工业泵业务如何实现增长？

答：在目前的化工大环境下，公司积极寻找新的业务增长点，一方面积极开拓外贸领域项目，开发东南亚、俄罗斯、中东市场；另一方面，加强对国内部分细分领域市场的开发，诸如煤化工等产品。总体来看，在产品端，公司将进一步补充产品线，从原有的单一工业屏蔽泵品类逐步向工业屏蔽泵及传统工业流程泵并举的产品矩阵转变；在业务端，公司将不断探索新的下游细分场景，着重开发精细化工、煤化工、外贸市场。

问题 14：公司接下来 2025 年第二季度的收入增长展望，有哪些驱动力？

答：公司有信心继续实现收入端的稳定增长，驱动力来看，公司农泵业务的市场份额逐步恢复，业务收入稳步提升；欧洲节能泵市场需求开始恢复，补库存

等需求将逐渐释放；液冷温控业务、雷客商泵业务尚处于高速发展阶段，下游需求及发展方向较为明确。