

投资者关系活动记录表

证券代码：300021

证券简称：大禹节水

大禹节水集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-004

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☒业绩说明会 ☐路演活动 ☐现场参观调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐新闻发布会 ☐一对一沟通 ☐其他（请文字说明其他活动内容）
参与人员	博道基金，同泰基金，九泰基金；匀升投资，上海卫宁私募；国泰海通证券，西南证券，长江证券，华创证券，东方财富证券，光大证券，广发证券，天风证券，中信证券，东吴证券；兴业银行；证券日报；琦意行咨询；AmXyy Capital。
时间	2025 年 8 月 26 日
地点	进门财经
上市公司接待人员	副总裁、财务负责人：于虎华 董事会秘书：姚键 大禹慧图科技副总裁兼总工程师：唐宗仁 大禹慧图科技规划咨询中心总经理：霍宏旭 证券事务副总监：王硕
投资者关系活动主要内容介绍	大禹节水集团股份有限公司（以下简称“公司”）于 2025 年 8 月 26 日进行线上业绩交流会。 首先，大禹节水财务负责人于虎华汇报了 2025 年上半年的财务情况，对公司的财务指标进行了拆解。公司实现营业收入 12.76 亿元，保持稳定。尽管面临宏观经济和行业周期的挑战，公司仍坚持稳健经营，优化业务结构，提升运营效率。总资产规模为 91.55 亿元，略有下降，主要由于经营性现金流出阶段性影响。货币资金余额为 12.02 亿元，较年初减少但仍处于合理水平。应收账款规模较年初下降，体现了公司的回款能力。净利润为 578.79 万元，归属于母公司的净利润为 1259.41 万元，较去年同期转正，但受非经常性损益影响有所下降。经营活动现金

流为负，主要因项目投入和采购支出增加，预计下半年现金流状况将明显改善。

公司管理费用和财务费用均实现下降，管理费用同比下降 8.76%，财务费用同比下降 12%。可转债方面，截止 8 月 20 日，累计完成转股金额 6.37 亿元，剩余金额 107.24 万元，转股率达 99.83%，公司股本增至 10.2 亿股，资产负债率预期降至约 67%。

之后，董秘姚总对公司进行上半年业绩复盘并对下半年业绩进行展望。上半年水利投资占基础设施投资约 30%，为各领域最高，尽管项目资金和指标下发滞后，公司仍稳步推进重点项目，如海南牛路岭、宁夏红寺堡、江西梅江等项目。公司提升软建设相关业务占比，同时严控成本，业务毛利率稳步回升。销售费用保持稳定，管理费用和财务费用有效控制，利润空间扩大。应收账款回收力度加大，五年以上应收账款回收超 4000 万元，应收账款余额同比下降近 10%。公司优化营销策略，加强高层沟通和战略合作，与中交、中铁、葛洲坝、中国水利等央企及地方水投公司建立合作关系。公司深度参与水利软建设，主导和参与 30 余项软建设编制工作，形成 144 份方案报告，覆盖全国大型灌区。公司整合设计、工程、信息化等资源，深度参与软建设方案制定和全流程规划。公司对下半年发展充满信心，重点聚焦高标准农田、灌区新建和改造和大型引调水工程三大方向。

其次，公司管理层就投资者提出的相关问题进行了回复交流，主要内容如下：

Q1:董秘你好，公司下半年订单相比上半年是否预期有明显变化？随着软建设推进和招标方式优化，单个订单体量是否较往年或上半年有明显变化？

回复：公司上半年订单低于预期。但随着国家“两重”项目清单下达、高标准农田整改完成以及灌区项目指标的落地，订单招标已进入快速推进阶段，尤其是高标准农田建设项目的落地速度加快，预计下半年订单体量将明显增长，有利于公司参与竞争，整体对今年订单规模预期较为乐观。另外订单规模上，高标准农田建设的订单规模在摸查整改后将有所变化。从整改前单体项目拆分招标建设到现在要求整县整装推进，这将显著提升单个订单的体量。对于具有规模优势的上市公司而言，参与此类项目的竞争优势更加明显，并能在项目设计及后期运维管理方面体现更大价值。而未来灌区新建和改造项目以及大型区域引调水工程的落地将进一步推高公司单体订单的体量。

Q2:8 月 22 日新发布的“小慧”系列产品相比市面上其他产品有哪些优势？公司旗下慧图科技的产品矩阵是怎样的？目前主要的订单方向和客户结构是什么？

回复：

针对最近国家投资较多的产品，公司发布了一系列覆盖多个领域的解决方案，包括防汛指挥系统、中小河流、山洪灾害、国控水资源，以及数字孪生灌区、数字孪生工程和水网等产品。这些产品具备完整的封装能力，涵盖从数据底座、支撑系统到服务运维的全链条，“小慧”系列四个软硬件结合的产品，代表了公司整体产品体系的构建。产品的优势主要体现在公司作为行业龙头企业所具备的专业性、技术能力和服务能力。公司在人员规模、结构以及产品线覆盖范围方面均处于行业领先。新发布的产品聚焦于国家投资较多的领域，具备较强的市场适应性和应用价值。大禹慧图科技的产品矩阵覆盖防汛指挥系统、中小河流治理、山洪灾害预警、水资源管理、数字孪生灌区及水网建设等多个方向，形成了从数据底座、支撑平台到服务运维的完整产品体系。例如物联云平台，市场占有率全国领先，已有超 30 万个终端设备接入，应用范围广泛。订单方向主要集中在水利信息化、智能化解决方案，客户结构以政府及相关部门为主。公司在水利信息化领域的领先地位，尤其在数字孪生流域方面具有全产业链优势，产品已实现自主可控，并将在水网、客服监测等领域推广应用。公司产品具有成熟的技术积累和广泛的市场应用，未来将向合作伙伴开放，建立生态合作模式。

Q3:董秘你好，了解到公司在收购更高级别设计院，特别是具有甲级资质的设计院方面，有哪些新的进展？

回复：公司目前是民营水利领域设计院的龙头企业，拥有杭州院、甘肃院、北京院三家设计院，具备水利设计行业乙级资质，并有两项专业甲级资质。由于甲级资质在水利行业非常稀缺，且大型水利工程必须要求甲级资质，因此公司一直在推进设计院资质升级。目前正在推进收购甲级院，收购流程正在北京产权交易所正常挂牌推进。此外，公司已与淮安院签订战略合作协议，推动业务合作。

Q4、姚总你好。我这边了解公司在西藏地区早有布局，经验丰富，想问下公司在西藏区域项目的参与情况，想了解下跟雅下项目重叠度及项目参与获取的可能性。

感谢。

回复：雅下项目是一个重大的水利水电工程，对整个行业具有显著带动作用。公司高度重视该项目，并已召开内部协调会，明确要积极参与。公司已在西藏林芝成立子公司，积极对接当地业务。尽管公司可能无法承担核心的 EPC 总包任务，但在分包及配套工程方面具备较大机会获取订单。公司此前在西藏地区有长期业务布局，拥有丰富的项目经验，包括在林芝、拉萨、日喀则等地的农业水利项目，以及与央企合作的高海拔水电站建设经验，曾承担隧洞引水、发电建筑等核心区域建设任务。随着子公司落地和业务团队本地化，公司将进一步与负责雅江项目的央企对接，并依托设计能力和水利信息化技术优势，增强市场竞争力。雅下项目周期长，目前还在前期的基础准备工作阶段，公司暂时没有承接雅下项目的订单。谢谢。

Q5:在水利软建设等政策支持背景下，公司针对水利信息化业务是否会有一个新的布局思路？在数字孪生领域，其下游细分的应用场景及对应的市场空间如何展望？

回复：公司在水利信息化方面的发展思路主要包括：一是继续巩固防灾检测和数字孪生灌区的行业优势；二是通过技术加强，推动智能体、语音、数字人及多个应用串联组合的广泛应用。公司已推出星云物联、小慧云巡、小慧云枢及小慧智能体等成熟技术产品，并计划从内部应用扩展至生态合作伙伴模式，向更多中小企业推广，助力其建立智慧水利事业部，提升市场覆盖和技术渗透。在数字孪生流域方面，公司具备全产业链优势，涵盖数据底板支撑、模型库、知识库及应用系统，且产品自主可控。未来将推动产品通用化，拓展至水网、客服监测等更多应用场景。关于市场空间，目前水利信息化占水利总投资的比例与其他基础设施领域项目仍然较小，预计随着水利行业对信息化要求的提升，未来信息化业务占整体水利投资的比例有望进一步提升，而公司作为行业龙头企业，市占率也有望稳步攀升。

Q6、姚总好，请问公司对于“软建设”怎么理解？对民营企业以及对我们未来几年的订单获取会有什么样的影响？

回复：“软建设”的提出，对于民营龙头是巨大的利好。发改委提出《关于进一

步加强水利领域“软建设”有关工作的通知》，这个通知将给行业内带来深刻的变革。《通知》提出要着力从项目组织实施、水价、投融资、建后管护等方面下功夫，推动“两重”项目落地：组织实施要体现整装推进，“两重”项目必须按照整体谋划、整合内容、整装推进、整周期维护的要求推进；大型灌区与高标准农田衔接。水价要突出需求牵引，探索实行供需双方协商定价。健全以农业水价形成机制为“牛鼻子”的灌区分类政策供给体系。投融资方面要注重发挥市场作用，破除民营企业公平参与市场竞争的各种障碍，鼓励和吸引更多社会资本特别是民营资本，通过募、投、建、管一体化推进参与工程建设运营。建后管护方面要聚焦构建长效体系。形成贯穿项目全生命周期的责任体系，确保责任到位、职责明晰。“软建设”的提出对行业如久旱逢甘霖，民营龙头的竞争优势将得到充分释放。我们坚信，凭借公司的雄厚实力与前瞻视野，定能在未来的发展中大放异彩，为投资者创造更大的价值！谢谢。

Q7、公司财报中国际业务的体现似乎并不显著，国际化在公司未来蓝图中的定位是怎样的？目前拓展国际市场遇到的最大挑战是什么？公司有何差异化优势？

回复：公司坚定国际化战略，目标成为灌溉领域的百年名企。国际业务始于十年前的外贸，因特殊原因停滞了两三年，自去年起重新启动全面出海战略，出海方式由产品营销转向整体解决方案营销。当前面临的最大挑战在于品牌建设和营销及售后服务体系的构建，尤其是海外经销商体系的逐步积累。去年相当于是市场初步调研阶段。今年战略更为明确，谋定比如中亚、东南亚、非洲等等一些重点区域/国家，在这些区域/国家进行深耕。公司在国际市场中的差异化优势明显，不同于国外以产品组装为主的解决方案模式，公司不仅具备从水源到田间完整的设计能力，还具备从产品到运营的全生命周期服务能力，在全球范围内具有稀缺性；另外，公司提供 ETC、ETCO 及成熟商业模式的整体市场化方案输出，既可以解决政府的难题，也可以解决种植园主的难题，甚至面向一带一路国家，也为一些小种植户做 package 产品。事实上，各个区域的推进方式也会不同，比如说在中亚的哈萨克斯坦，会从示范项目入手进行项目开展；在东南亚，比如柬埔寨，我们会和跟央企合作；另外像一带一路的巴基斯坦，以销定产，对方市场空间和销售渠道是确定的，我们出技术和生产线，也不排除会在海外建厂的可能等等。下半年整体海外比较乐观，海外团队也是比较有信心的。国际业务每年都会有一个

	相对应比较大的增长，而且未来我们的人员也起来了，市场也更熟悉了，拓展起来会更容易。现在我们在海外跟央企的合作也是非常非常紧密的，多管齐下，对于订单预期比较好。
附件清单	无
日期	2025-08-26