

## 大元泵业 2025 年半年度业绩交流电话会议纪要

为保证市场投资者对公司业务的了解，公司自 2022 年年报以来持续在定期报告披露后组织公司管理层与市场交流的电话会，并对相关内容进行披露。2025 年 8 月 26 日-27 日，公司组织了 2025 年半年度电话业绩交流会，具体情况如下：

### 一、会议情况

(一) 会议时间：2025 年 8 月 26 日-2025 年 8 月 27 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：

总经理：王侣钧；董事会秘书 黄霖翔；财务总监 叶晨晨；产品技术负责人 章玮玮；证券事务代表 张俊伟。

#### 2、参会机构：

长江证券、北信瑞丰、德邦基金、东恺投资、东吴基金、富安达基金、光大保德信基金、广发基金、广发证券、国泰基金、合众资产、弘尚资产、宏鼎财富管理、华商基金、汇丰晋信基金、金鹰基金、理成资产、南土资产、农银汇理基金、前海开源基金、尚正基金、生命人寿保险、同泰基金、彤源投资、希瓦私募、兴银基金、玄卜投资、煜德投资、远信私募、长城财富保险、长城基金、招商信诺资管、招商资管、中意资产、中银基金、中邮基金、中再资产、天风证券、国金证券、华西证券、太平洋证券、国信证券、汇添富基金、中泰证券、信达证券、恒大人寿、西南证券、银河证券、高信百诺、鸿道投资、中信建投、混沌投资、逸原达投资、青鼎资产、海天塑机集团、中信证券、能投资本、中金基金、摩根士丹利基金、博众智能科技投资、民森投资、远信投资、国投证券、晓喆投资、国泰海通等机构投资者。

## 二、电话会议的主要内容

### （一）公司 2025 年半年度业务情况介绍

#### 1、2025 年半年度业务情况

公司 2025 年半年报显示，公司报告期内实现营业收入 9.65 亿元，同比增长 14.55%，受益于民用类传统业务的复苏及新兴业务的发展，公司营收继续保持稳定增长态势；报告期内，公司利润端总体承压，主要原因是 2024 年同期有一笔厂房转让带来的非经常性损益；而扣非后净利润小幅下滑的主要原因是（1）温岭新工厂转固带来的折旧费用增加；（2）公司可转债存续期间的利息摊销费用增加；（3）近年来，公司在雷客商泵、液冷温控业务等新兴领域的市场、研发投入增加带来费用增长。总体来看，上半年业务情况符合规划，未来将重点提升内部组织能力以把握外部环境改善后的市场机遇。

#### 2、业务发展展望

随着非经常性损益带来的影响结束，公司半年报中也提到：随着农泵、家用屏蔽泵等外部经营环境的改善，工业泵、商用机械泵、液冷泵等业务对应的市场空间仍然较大，公司业务发展的核心挑战正从外部环境压力转为内部组织能否把握市场机遇的能力上。

### （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：**关于公司民用类业务的复苏原因，这一复苏是否具有可持续性？

答：公司民用类业务主要为农泵及家用屏蔽泵业务。

（1）从农泵业务来看，该业务以国内经销为主，2024 年受到促销政策的影响，该业务有所扰动，导致同期的基数较低，今年以来，公司积极主动调整销售和服务政策，国内销售实现回升。同时，公司也在加大外贸发展力度，外贸销售占比提升。

（2）从家用屏蔽泵业务来看，受益于欧洲渠道库存积压状态的改善，该板块外贸业务复苏带动总体业务实现小幅增长。同时，公司也将进一步加大国内相关业务的渠道建设和市场拓展进度。

作为公司核心的主营业务，民用类业务拥有成熟的渠道体系和稳定的下游市

场布局，业务本身具有较强韧性。

**问题 2：请展望工业泵、雷客商泵及新能源板块发展情况？**

答：（1）合肥新沪工业泵：公司该业务板块做化工屏蔽泵的时间比较久，以内销为主，产品为定制化、招投标模式，受国内大环境和基建速度放缓影响，国内新增项目相比往年减少，竞争压力较大，公司也在关注近期国内煤化工等细分市场的机会；近期以来公司该业务在外销领域有较好进展，在低基数上实现较快发展，例如公司积极匹配海外俄罗斯、东南亚、中东等地区 EPC 项目，并已取得部分实质性进展，进入部分客户的供应商名录。

该业务的适用场景及严苛要求决定了其具有较高的技术壁垒，公司也坚持以高质量、高标准为发展策略，近期已经取得美国的相关行业认证。工业泵对应的下游市场空间广阔，基于此公司也将加大业务投入，拓展产品宽度，争取做更多业务深入。

（2）新沪新能源：主要产品为新能源车的液冷泵产品，受益于国内新能源车销量增长较快，该板块的业务量有明显增长。

（3）雷客商用泵：商用泵国内外市场体量都很大，公司成立子公司并引进新销售业务团队后该业务的增长速度也较快，尽管国内房地产、水务、环保等市场增长不大，但在该业务低基数的状态下，仍然有机会实现业务的较好发展。

**问题 3：公司在 2025 年半年报中有提到公司家用节能泵产品的收入情况同比有所恢复，请展望一下下半年这块业务的发展趋势？**

答：公司家用节能泵产品主要用于暖通领域产品的配套，业务的主要市场为欧洲市场，在经历了较长时间的调整后，该业务下游渠道库存积压状态改善，2025 年上半年该业务收入同比增长超过 20%，在外部市场环境逐步恢复的背景下，公司该业务预计也能匹配市场的恢复态势。

**问题 4：公司 2025 年上半年的经营活动产生的现金流量净额大幅增长，请问导致这一情况的主要原因？**

答：受益于销售回款与应收账款的良好把控能力，公司的经营性现金流近年来都能保持稳定，并整体和营收趋势相匹配，2025 年上半年这一变动的因素主要是今年上半年相较去年同期的销售回款节奏有所变化，导致这一指标在可比期间的变动较大。

**问题 5：**公司有提到扣非后净利润下滑的主要影响因素，能给我们具体拆分下这些因素的影响金额么，预期未来这些不利因素的持续性情况如何？

答：影响公司扣非后净利润的不利因素主要是温岭新厂房转固产生的折旧费用增加以及公司可转债存续期间产生的利息摊销费用。2025 年上半年，公司温岭新厂房以及采购一些新设备带来的折旧费用同比增加约 942 万元，可转债计提的利息费用同比增加约 653 万元。而从下半年来看，一方面公司温岭新厂房转固的时点为 2024 年中期，下半年的折旧费用与基数相比变动较小；另一方面，公司可转债已经进入提前赎回阶段，预计这块财务费用同比影响也有所改善。

**问题 6：**公司也在推进合肥新产能基地的建设，请问这一产能建设会不会导致公司的产能利用率偏低？

答：公司合肥工厂的产能规划主要是家用屏蔽泵产品，而且整体以提升生产质量为主要目标，不会出现大幅的产能提升状况。新产能基地的建设有助于公司产品质量稳定性及工厂形象的提升，为家用屏蔽泵海外业务，尤其是欧洲业务的拓展提供坚实基础。

**问题 7：**自天然气价格回落后，公司家用节能泵产品的需求趋势会不会有影响？

答：公司的家用节能泵产品采用变频、永磁等技术实现产品能效的提升，能够在天然气、电气等壁挂炉、热泵的暖通领域进行运用，总得来看，节能化、电气化趋势也决定了公司相关业务的未来发展趋势；根据业务端的反馈来看，公司节能泵产品的需求不会直接受到天然气价格回落的影响。

**问题 8：**公司在液冷温控领域的产品布局及业务进展情况？

答：业务进展方面，目前液冷温控业务营收占公司整体比例不高，公司也在半年报中也有提及，目前与国内头部的温控厂商进行合作，持续推动产品的迭代升级。但该业务在国内的发展仍处早期阶段，目前更多的还是与温控厂商共同推动产业和标准的落地，距离转化成公司业务增长仍有较长的距离。

产品布局方面，公司聚焦“致大”与“致微”两大技术方向。“致大”即开发更大功率（目前已达 7.5kw，从几百瓦逐步提升至 1.5kw、4kw）和更高电压（从 300 多伏、500 多伏提升至 700 多伏，未来计划向 800-900 伏发展）的产品，以匹配数据中心机柜功率密度提升的需求；“致微”则是通过永磁同步电机

技术优化及叶轮设计等，在满足流量压力需求的前提下，实现产品体积更小、功耗更低、效率更高、对用户来说更集成。

**问题 9: 液冷泵从技术维度相比其他商用、工业及农业泵的难度有多高？是否具备通用性？**

答：液冷泵技术难度要求更高，（1）其介质温度可达 80-90 度（家用的可能 40-50 度），对产品可靠性要求更高；（2）技术密集度更高，需在永磁电机（效率、稳定性、振动噪声）、电控（电子器件、电路设计、EMC）及整机方面进行深入研究。通用性方面，满足液冷高要求的产品，具备向下兼容其他场景的通用性。

**问题 10: 公司液冷泵产品与海外品牌相比在稳定性和适配度上处于什么水平？国产化批量替代是否有契机和体量时间点？**

答：公司半年报也提到，从技术角度出发，目前产品仍处在初期，公司优势在服务响应速度等方面，配合客户做到迭代和优化。从市场角度出发，公司策略是与国内头部温控厂商深度合作绑定，产业链的爆发及起量需看整体市场的节奏。

目前海外成熟的液冷项目多采用传统的机械泵产品为主，目前国内端侧以格兰富、威乐、赛莱默这些海外泵企为主，他们已具备端测认证，该业务场景在国内的起量及屏蔽式技术路线的替代可能性尚待市场及产业的进一步发展，存在不确定性。

**问题 11: 数据中心 rack 配套的液冷泵功率等级通常是多少？**

答：目前常用的功率等级集中在 1.5-7.5kw。

**问题 12: 海外竞争对手是否存在产能短缺或供给瓶颈问题？扩产是否困难？**

答：首先我们认为国外品牌不存在产能的限制和瓶颈问题，国外品牌更大的问题在于新产品对市场的适应度，目前海外头部泵企适用液冷系统的产品多采用成熟的机械泵产品。

**问题 13: 电子屏蔽泵、氟泵、机械泵等产品分别应用在数据中心的哪个位置？**

答：整体来看，行业的技术标准和场景实用都处于较早期阶段，未来产品的具体使用场景等还可能发生变化，存在较大不确定性。

目前机械泵主要用于一次回路（外侧）；屏蔽泵用于二次回路（室内侧），对静音、功耗要求比较高，其中小型屏蔽泵用于分布式 CDU，偏大型屏蔽泵用于机柜或集中式 CDU；氟泵基于本身的化工屏蔽泵技术，大型制冷设计氟化液介质产品，本身有这个技术在，可处理氟化液介质，适用于数据中心的环境制冷，在室外温度较低时可用氟泵取代压缩机以实现低功耗需求，可能后续在浸没式技术路线会有延伸。

**问题 14: 数据中心液冷泵在一个数据中心散热系统中的价值量分布如何？**

答:定性来看，室内总价值超过室外，这是行业共识，但具体比例暂无明确数据。

**问题 15: 数据中心液冷泵定制化开发程度与传统领域产品差异大吗？定制开发周期一般多长？**

答:公司的定制化开发会充分调研头部厂家需求，以实现通用性开发，将定制化产品转化为通用产品，降低研发体系成本并快速匹配行业需求。开发周期通常为 3-9 个月，与用户系统开发周期同步（用户一般也是新系统），从用户的样机到批产生产的过程，均匹配用户进展。

**问题 16: 公司与算力服务下游客户的对接模式是怎样的？**

答:主要对接集成商，供给集成商后再由其提供给客户；部分如中兴通讯等终端客户，会直接跟公司对接进行泵的样机测试，通过后可能指定其下游温控厂商采用公司产品。

**问题 17: 公司是否有预期给台企代工厂做外协工作？**

答:目前公司尚不存在该业务，相关业务的开展存在较大的难度和不确定性，后续会在商务端、市场端会做些尝试。

**问题 18: 公司最早何时切入数据中心液冷领域？当时的考虑和现在的战略定位是什么？**

答:（1）公司最开始是因为化工屏蔽泵相关的业务，有做氟泵的相关业务，数据中心风冷的用量较大，英维克等也都是风冷厂商，前期就有一定商务关系基础，公司切入数据中心液冷领域源于与传统风冷厂商的商务关系基础。（2）公司子公司合肥新沪在屏蔽泵领域拥有近 20 年的积累，客户也基于此会提供新产品迭代的机会。

目前该业务的战略定位较高，在产品端和销售端投入有倾斜资源，期望抓住机遇深入该领域，同时与英维克、同飞等头部液冷系统公司的业务合作也会对传统产品运营模式和体系有反哺作用。

**问题 19: 公司上半年规模净利润、扣非利润及二季度业绩有所下滑，但收入仍在增长，全年业绩展望如何？半年度有较大比例分红，未来的分红和企业规划是怎样的？是否有比较大的资本开支？**

答: 公司经营战略以关注收入增长及收入增长质量为主，随着 2025 年下半年厂房折旧同比因素消失、海外结构性业务恢复，外部环境压力将相对减小，未来核心看公司自身的市场开拓能力。公司会保持对收入端的良好投入，会关注产品毛利率、产品结构性因素，加大高毛利产品市场推广力度，以促进整体结构性毛利回升；费用端保持与收入端大体匹配的趋势。

分红方面，公司上市以来整体维持较高的分红水平，今年中期分红预案为每 10 股派发现金红利 5 元，尚需要股东大会审议，这一分红比例与去年保持一贯性，也是公司分红政策稳定性的重要体现，公司现金流一直较好，业务下游场景现金流良好，能够支撑公司进行持续现金分红。近期以来，大的资本开支已接近结束，温岭工厂去年已转固，安徽工厂预计今年年底竣工，目前公司账流动资金较为充裕，具备持续分红条件，且积极配合监管机构鼓励的一年多次分红的方向。

**问题 20: 在数据中心液冷领域，针对 CPU、GPU 等的二次侧液冷泵，其用量、价值量如何？**

答: 相关行业仍处于较为初期的研发阶段，尚无法确定未来行业成熟后具体产品会对应的价值量和毛利率情况。目前看二次侧，分布式 CDU 的液冷泵功率量级一般为几百瓦，单台价值量在几百块钱到一两千块钱（500-800W），特殊要求下可能再贵 20%-30%。机房布置台数取决于数据中心规模。在分布式 CDU 的所有部件中，泵的价值量占比 10%-30%。

**问题 21: 公司整体毛利率、净利率的趋势如何？液冷业务的毛利率和净利率水平怎么样？**

答: 公司整体毛利率下降主要因产品结构变动，其中农用泵外贸销售收入占比增加、商用类新业务占比增加，目前这两类产品毛利率相对低于公司优势产品和市场。此外，农泵的新厂房折旧费用增加，直接推高了投产初期的生产成本，

对毛利率有较大影响。液冷业务目前以低毛利的新能源车配套产品占比为主，但未来随着产业发展，液冷相关场景具备一定潜力。

**问题 22：欧洲热泵市场的客户进展与补贴情况？**

答：目前公司热泵配套相关业务在欧洲市场的占比仍较小，以渠道客户为主，近年来公司逐步开发主机厂客户。2025 年上半年相关业务收入在低基数上实现较快增长。欧洲地区相关补贴政策逐步恢复正常，行业步入正轨，未来相关业务的放量节奏还与公司海外营销与服务体系建设息息相关。

**问题 23：公司有提到过产品有用于核电相关领域，这一进展能介绍下么？**

答：核电项目对泵产品的要求很高，目前还是以国外品牌为主，目前公司应用于核电领域的产品主要还是用于核电项目外围的测试配套领域，公司也将借助这一机会，逐步学习和迭代产品技术，提升自身能力和团队建设。

**问题 24：公司工业泵的主要应用领域？未来的发展方向？**

答：目前公司工业泵业务以石化、炼化、制冷业务为主，在国内整体化工行业承压的大背景下，公司更关注外贸的拓展机会和国内煤化工项目的机会，并计划进一步拓展产品宽度，积极探索工业流程泵外延机会。

**问题 25：公司未来 5-10 年的发展方向和发展战略是怎么样的？**

答：从公司自身角度出发，公司战略还是专注于泵业主业，对标国际头部泵企如格兰富、赛莱默等成为综合性泵业集团，且会更加注重收入体量与增长质量，把握行业集中化趋势，提升国内市场份额。

**问题 26：目前国内很多泵业企业也在寻求机会进行海外供应链体系的建设，而从国际泵行业整体来看，国际头部泵业企业的市场占有率较高，在这一背景下，国内企业为什么还坚持要进行海外供应链体系的建设？**

答：公司及国内泵业企业的海外出口业务主要还是跟随国内 2000 年以来的产品出口机遇而进行的产品端的出口，这一阶段的出口业务以产品价格、产品性价比为主要竞争力；而随着业务发展阶段及外贸市场环境的变化，现阶段公司外贸业务资源更多开始往产品价值量、品牌效应及服务质量等方面倾斜，在这些要求下，海外供应链体系、销服体系的建设变得日益重要。

**问题 27：公司未来的品类产品战略规划？**

答：作为综合性泵业企业，公司以泵产品主业作为战略发展重点，在巩固传

统优势业务的同时，公司也将在团队与资源上对工业泵、欧洲暖通业务、商用业务适当倾斜投入。

**问题 28：雅下工程带来的农业灌溉类需求增加，公司是否关注到相关机会并涉及该领域？**

答：目前公司未涉及相关领域。