

合肥井松智能科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

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 ☐ 券商策略会 ☐ 其他_____
参与单位名称及人员姓名	东北证券：赵宇阳、廖岚琪 慧博调研：何佳川、任静、徐瀚 申万宏源：刘建伟、苏萌 招商证券-机械分析师：葛小川 康曼德资本：金凯 上海方御投资：朱俊、霍炜 上海凯宝股权投资：李伟 依禅投资：沈淳 中银基金：时文博 中银国际证券分析师：曹鸿生 银河证券研究院机械行业分析师：彭星嘉 国中长城资产：刘志强 甬兴证券：蔡涵倩
时间	2025 年 10 月 13 日、10 月 17 日、10 月 22 日
地点	合肥
会议形式	☒ 现场 ☐ 网上 ☒ 电话会议
公司接待人员姓名	董事长/总经理：姚志坚先生 董事会秘书/财务总监：朱祥芝女士
投资者关系活动主要内容介绍	公司参观、公司简介、互动交流 1. 公司在手订单情况和产能情况？ 答：公司目前所持有的在手订单量较充足，业务进展顺利，

订单生产和交付均在正常履行。产能方面，位于合肥的工厂一期项目占地面积约为 60 亩，其设计年产能已经达到了 10 亿元的水平，并且目前该工厂已经处于满产的状态，产能得到了充分利用。与此同时，公司通过 IPO 募资所启动的新项目——合肥二期工厂，目前正在紧锣密鼓地建设中。该二期工厂占地面积达到了 127 亩，相较于一期工厂，其总设计年产能提升好几倍。新工厂的建设进展顺利，预计将在明年年底正式投入生产使用。未来，公司将根据国内外市场订单的具体需求和分布情况，灵活且合理地调配现有及新增产能，进一步提升新接订单的毛利率水平，缩短项目的整体交付周期，从而更高效地满足客户需求。

2. 公司中期报告显示毛利有所下降，预计全年经营状况将会如何？未来在提升毛利和增加收入方面有何具体措施？

答：公司中报显示毛利降低的主要原因：为巩固市场份额，公司战略性承接了部分毛利率受压的项目，项目实施周期的刚性成本也对毛利产生了影响，导致综合毛利率同比出现下滑。针对未来，公司的举措包括大幅提升标准化产品（如 AMR、FMR）的销售占比。预计随着智能搬运产品占比的持续提高，以及出海进度的不断加速，公司的毛利率水平将得到有效提升。

3. 请预测未来几年公司标准化无人搬运产品与人形机器人的销售前景如何？

答：公司目前正在研发的初代轮式类人形机器人计划通过发布会形式向公众展示。该机器人主要针对“工厂内替代人工搬运”的场景应用，例如车间物料转运和仓储装卸货。工业人形机器人市场潜力巨大，属于万亿级市场。公司的初代产品距离量产尚需时日。在此期间，公司将重点依托已服务的 1000 多家工厂客户资源，进行针对性场景训练。此外，公司也在积极研发基于无人搬运机器人和人形机器人大脑的 AI 垂类模型。

4. 对标港股极智嘉这家近 400 亿市值的公司，贵公司在品牌提升、海外布局以及标准化销售转型方面将采取哪些具体措施？

答：近年来，通过与海外市场的深入接洽，公司积极探索并制定符合自身发展的全球化布局战略。截至目前，我们已与多家境外企业成功建立战略合作关系。借此契机，我们正稳步推进海外销售及服务中心的布局工作，优先完善服务中心建设，进而更有效地拓展海外市场，以提供更优质的服务满足海外客户需求。

在品牌建设方面，我们计划积极与国际五百强企业洽谈合作，共同推进品牌建设和海外市场拓展。在产品竞争力方面，随着我们 AI 物流垂类模型的标准化实施，机器人将进一步提升智能化水平，能够更好地满足不同类型海外客户的多样化需求。

5. 请董事长详细阐述并松未来三年的发展规划？公司是否

计划在资本市场和并购领域寻求新的突破？若涉及并购，具体将重点关注哪些领域的拓展？

答：未来三年是井松“迈向全球化布局、从单一产品拓展至多品类协同”的关键阶段，核心规划可归纳为“三个聚焦”：①聚焦核心业务增长，在确保解决方案业务稳步增长的基础上，大力提升智能搬运标准化产品在营收中的比重，以此促进营收增长和毛利率提升；②聚焦技术自主可控，重点突破人形机器人、AI物流垂类模型等核心技术；③聚焦全球化布局，推进海外销售服务中心落地，覆盖东南亚、欧洲、北美等主要市场，助力海外收入成为公司的重要增长引擎。

在并购领域，公司目前正以积极的态度和严谨的策略，深入考察和评估产业以及供应链上下游的相关企业，以期发现潜在的优质并购标的，进一步优化和完善公司的业务布局和产业链结构。与此同时，公司高层对海外市场的发展前景给予了高度重视，不仅在战略规划中明确提出了拓展海外市场的目标，而且正在积极主动地寻求与海外各领域的合作伙伴建立稳固的合作关系，以期通过国际合作，引入先进的技术和管理经验，提升公司的国际竞争力和市场份额。

6. 公司客户结构如何？复购率情况？主要覆盖哪些行业？

答：客户结构：公司已成功实施逾 1000 个项目，涵盖 30 多个行业，客户类型丰富多样，主要以上市公司和国企客户为主；单个客户的平均订单额约为 2000 万元，前五大客户每年有所变动。

复购率：产品化订单的复购率较高（客户投资决策迅速、流程简短），而解决方案的复购率较低（多为一次性固定资产投资）。

重点行业：公司首先专注于高难度重载行业（如冶金、化工），其中 30 吨重载设备成功打破国际垄断；其次，随着智能化产品的迅猛发展，公司在消费领域积极布局民生行业（如食品饮料领域的可口可乐、农夫山泉、啤酒厂；印刷包装领域的纸杯、纸卷）。

7. 目前公司自动化产品的性价比如何？替代人工叉车的成本回收周期大概是多久？

答：经过多代技术的不断迭代与升级，公司所生产的自动化产品在性价比方面实现了显著的提升。我们对机械本体结构进行了精细化的改进，对控制算法进行了深度优化，同时对现场地图的构建与解析能力也进行了全面的提升。在早期，进口的导航系统其高昂的成本几乎相当于当时一台自动化车辆的售价，而如今，通过我们的技术革新，不仅大幅降低了成本，而且在替代传统人工叉车方面，其成本回收周期仅需一年多的时间。这种自动化替代方案还能有效避免因人工操作不当而引发的工伤事故，极大地提升了生产过程的安全性与可靠性。

8. 公司相较同行业其他公司具有哪些竞争优势？

	答：公司所有核心算法、电路及其他关键技术均为自主研发，并拥有完全自主知识产权。这种自主研发能力不仅确保了技术安全，还保障了技术的持续迭代更新，有效规避了潜在的供应链风险。 此外，依托于中国制造业庞大而复杂的应用场景，公司的产品和技术在众多实际项目中不断得到验证和快速迭代优化。这种在实践中锤炼出的技术，在适应性、稳定性和智能化水平方面展现出显著优势。
附件清单（如有）	无