

## 大元泵业 2025 年第三季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 10 月 29 日-30 日，公司组织了 2025 年第三季度业绩交流电话会，主要情况如下：

### 一、会议情况

（一）会议时间：2025 年 10 月 29 日-2025 年 10 月 30 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；长城基金；天风证券；东方资管；新华基金；国泰投信；明沚投资；亿能投资；混沌投资；海南富道；南方基金；华能贵诚信托；长安基金；阳光资产；红土创新；长江资管；金信基金；创金合信；东北证券；方物基金；天弘基金；中信里昂；宁波银行；深圳市君茂投资；高腾国际；理成资产；前海开源；弘尚资产；长信基金；国信证券；长江证券；方正证券；华西证券；晓喆投资；华宏财富；日斗投资；银河证券；华创证券；中信建投；西南证券；山西证券；招商证券；民生基金；嘉实基金；太平洋证券；上海趣时资管；上海鹤禧私募；中信保诚基金；平安基金；鹏华基金；太平资管；北京源乐晟资管；上海肇万资管；健顺投资。

### 二、电话会议的主要内容

#### （一）公司 2025 年第三季度业务情况介绍

公司 2025 年第三季度报告显示，公司报告期内实现营业收入 14.45 亿元，同比增长 11.49%，受益于以储能、算力服务、新能源车为代表的各类型液冷温

控业务及引入新团队后开展的雷客商泵业务的发展，公司营收继续维持稳定增长态势。

1、液冷温控业务方面：2025 年 1-9 月，公司液冷温控业务收入约 1.23 亿元，同比增长 87%，增速超出公司的年初预期，截至三季度末，公司与主流温控厂商及终端用户联合开发及推进的项目 12 个。公司持续加大在研发、人员招聘等方面的投入，以应对增长的业务需求，部分新项目有望在四季度或明年贡献增量。

作为上游零配件企业，公司发展跟行业及下游客户发展密切相关，整个产业仍处在初期，请投资者密切关注行业发展情况。

## 2、传统业务方面：

整体外销表现承压，与预期存在差距。尤其是中东业务，受地区局势影响，去年约 6,000 多万收入的中东业务，今年前三季度发货额仅 1,000 多万，传统业务面临较大挑战。

## 3、财务表现方面：

### （1）单三季度净利润下滑的主要原因：

1) 信用减值损失：单三季度信用减值损失同比增加约 800 万元，主要系去年同期有厂房处置款项收回导致坏账准备冲回所致，此为暂时性跨期导致的差异，全年影响不大。

2) 研发费用与销售费用增加：新业务的研发人员及资源方面的投入同比增加较为明显，费用增加与公司战略发展和业务扩张相匹配。

（2）毛利率：整体毛利率有所下降，主要是传统业务板块受各类型外部市场因素影响下普遍承压，导致毛利率普遍下降 1-2 个百分点。

## （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：公司对利润端的展望，如何看待四季度及明年的利润？

答：目前来看，公司第三季度的利润受到跨期差异和期间费用的影响，未来在公司整体业务能够稳定铺展的情况下，公司相关指标将呈现稳中有进的基本态势，具体情况还请关注公司各类定期报告的情况。

**问题 2: 近期铜等大宗商品的价格波动较大, 原材料成本对公司的压力如何?**

答: (1) 从公司整体产品的原材料成本占比来看, 单一原料的成本占比不高, 单一原材料的价格波动对公司整体成本的影响较小; (2) 公司自身拥有较为优秀的采购团队及相关应对经验, 能够在大宗市场波动的情况下, 做出库存的及时应对, 以平滑部分原材料价格波动影响; (3) 从历史经验来看, 随着原材料价格的大幅波动, 整体的成本压力也会导致公司产品价格有所变化。

**问题 3: 从前三季度来看, 公司的期间费用增长明显, 公司对费用端的未来展望如何?**

答: 从研发费用来看, 开支主要是在人员储备上, 而随着液冷温控业务等新业务场景的发展, 公司将根据市场的发展情况进一步加大研发资源的倾斜与投入, 抓住业务发展的未来机遇; 从销售费用来看, 公司将对各类型的销售费用支出进行相应的效益评估, 控制整体的费用增长规模, 优化销售费用的整体开支。

**问题 4: 公司接下来的资本开支具体有哪些?**

答: 目前来看, 公司的温岭工厂已经进入稳定运营阶段, 合肥新工厂的建设进入尾声, 近期不会有重大的资本开支情况。

**问题 5: 公司液冷温控业务的具体进展情况?**

答: (1) 与客户联合开发或推动的项目增加较多, 已经达到 12 个, 目前下游市场的需求量较多, 对研发团队及研发资源提出了更高的要求, 公司一方面在能力范围内承接优质项目, 另一方面也在不断加大研发资源投入力度及相关人员及团队的引入力度。

(2) 在市场开拓端, 公司还是继续以绑定头部大客户为基本路径, 与下游客户深度合作以拓展液冷价值量占比较大的海外市场。

(3) 从产业趋势来看, 目前的液冷市场仍以冷板式液冷为主流, 未来也有浸没式等多类方案路线。目前公司的优势在于现有产品品类及产品储备较为齐全, 在电子屏蔽泵、氟泵、不锈钢泵等产品上均有相应布局, 且在屏蔽泵领域, 尤其是高压平台及氟泵领域具有一定的先发优势。

液冷温控场景仍处于业务的早期阶段, 未来增长与产业趋势密切相关, 因此仍存在不确定性, 也请投资者关注下游产业趋势。

**问题 6: 公司液冷温控业务的毛利情况? 未来的毛利展望如何?**

答：公司的液冷温控业务中，新能源车领域的毛利率水平较低，储能业务的毛利已经进入公司产品的合理毛利区间；在数据中心液冷领域的相关产品仍处于前期的试用匹配阶段，毛利水平仍不稳定，需要等待形成批量订单后，毛利水平可能会更为客观，整体来看，客户愿意为该产品支付一定空间的溢价。

**问题 7：雷客商泵的增长较好，具有相当的增长潜力，公司未来对该业务的规划？**

答：该业务立足于商用及市政领域，对产品的标准化、稳定性要求较高，整体市场也处于竞争激烈的阶段，目前来看，公司相关团队的业务能力较强，但在产品端仍有较大提升空间，未来公司将继续推动相关产品的优化与开发，提升产品的硬实力以推动该业务稳定发展。

**问题 8：公司运用在数据机房液冷领域产品的价值量如何？下游客户的定价依据是什么？**

答：目前该领域仍处于前期的试用匹配阶段，从现阶段来看，产品的价值量能保持较高的水平，尤其是氟泵类产品。下游客户的定价现阶段仍以项目为主，根据不同的项目要求、工况要求，会产生产品定价的差异性。

**问题 9：其他液冷相关企业有在相关产业链条上进行业务的外延拓展，公司有无相关计划？**

答：公司在三季度报告中也有提及：公司将“以新沪液冷品牌为依托探索业务外延式发展，未来争取为下游客户提供更丰富的组件服务”。

**问题 10：公司研发方面的投入重点是哪些领域？**

答：现阶段来看，研发费用加大投入的大头主要是液冷温控领域，其次是在工业泵领域。

**问题 11：公司产品在数据机房液冷领域的竞争格局？**

答：（1）从内外资竞争格局来看，目前海外主流液冷方案仍采用外资成熟机械泵方案为主，外资品牌在这方面具有先发优势，而在该领域迅速发展迭代的当下市场环境下，内资厂商在价格、服务、迭代速度上具有相对优势。（2）从国内竞争格局来看，根据业务部门的反馈，目前泵产品在客户端的竞争格局仍锁定在个位数量级，竞争格局相对较好。

**问题 12：在英维克等大客户的供应商地位？**

答：依托于我们的在高压平台以及氟泵的产品优势，公司与各大客户维持了较为良好的业务关系，公司也将进一步加大研发资源的投入，助力客户共同成长。

**问题 13：公司应用在数据机房液冷领域的产品覆盖情况，产品优势？**

答：（1）产品线覆盖：已形成覆盖插箱式和机柜式 CDU 的系列产品，插箱式泵覆盖 200W 至 2500W，机柜式大型泵则覆盖 7.5kW 至 30kW。

（2）产品优势：核心优势在于屏蔽泵技术，对比传统机械泵，具有三方面的突出优点：免维护：最长可运行 3-5 年无需常规维护；无泄漏：从根本上保证了产品安全可靠；体积小：产品体积约为竞品的一半，有助于客户进行更优化的设备布局。

**问题 14：公司欧洲业务的需求情况与展望如何？**

答：整体来看，公司家用屏蔽泵业务在欧洲的需求目前处于弱复苏的态势，随着合肥新厂房的建设完毕，产品的质量及稳定性的提升，预计将为相关市场的开拓提供相应助力。

**问题 15：公司农泵业务在季度、年度的波动较为明显，公司如何看待该业务的后续发展？**

答：农泵业务的发展与大环境的相关性较高，目前来看，该业务在收入端有所恢复，未来在市场环境稳定的状态下，随着新产品的逐步推出，该业务有望保持稳定的发展。

**问题 16：针对新业务带来的快速发展，公司对此在内部建设与管理方面的考量如何，如何留住核心人才？**

答：随着公司治理结构的改善及新业务的拓展，公司高度重视外部人才的培养和引进，后续公司综合各类手段制订切实可行的激励计划，如达到相关标准，公司也将严格按照相关要求做好信息披露工作。

**问题 17：2025 年前三季度公司经营活动产生的现金流量净额下滑较多，主要的原因是？**

答：主要为了满足业务开拓及合肥新工厂搬迁的备货需要，增加了库存，导致购买商品接受劳务支付的现金增多。

**问题 18：公司未来的分红规划是怎么样的？**

答：公司将继续以稳健的、可持续的分红政策为导向进行利润分配，从目前

公司的经营情况及资金状况出发,公司有意愿也有能力在兼顾业务发展的同时为广大投资者提供稳定的回报。