

证券代码：001237

证券简称：惠康科技

宁波惠康工业科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2026-001

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	财通证券分析师 赵嘉宁 农银汇理基金经理 蒲天瑞
时间	2026年6月8日 13:30--15:00
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 卢晓霞 投资总监 陈思思
投资者关系活动主要内容介绍	<p>主要问答记录如下：</p> <p>1、请简单介绍一下制冰机行业的规模情况和发展潜力</p> <p>全球制冰机行业呈现持续快速增长态势。据中国家用电器协会数据，全球制冰机市场规模从2019年的144.8亿元增长至2024年的212.9亿元，年复合增长率为8.0%；预计到2028年，全球制冰机市场规模将达到272.0亿元，2024年至2028年年复合增长率为6.3%。从产品类别来看，2024年全球商用制冰机市场规模为109.5亿元，占全球制冰机市场比例达51.4%；民用制冰机市场规模从2019年的49.2亿元增长至2024年的74.9亿元，年复合增长率8.8%，预计至2028年将增长至97.9亿元。就中国市场而言，中国制冰机行业市场规模从2019年的19.6亿元增长至2024年的29.8亿元，年复合增长率为8.8%，预计到2028年将达43.8亿元，2024年至2028年年复合增长率可达10.1%。其中，民用制冰机从5.0亿元增长至8.1亿元，商用制冰机从8.4亿元攀升至11.4亿元。此外，中国制冰机等相关制冷设备出口额从2019年的44.1亿元增长</p>

至 2024 年的 121.33 亿元，年均复合增长率高达 22.43%。

从发展趋势看，行业呈现三大方向：一是生产自动化与产品智能化，智能型制冰机产品技术逐步优化；二是内外销双轮驱动，国内外市场同步扩张；三是高质量全球化发展，中国已成为全球制冰机产品的主要供应国。在消费升级和“冰块使用文化”普及的背景下，行业未来发展潜力广阔。

2、目前公司的主要单品及未来产品迭代方向

公司目前的核心产品为制冷设备，主要单品包括制冰机、冰箱、冷柜、酒柜等，其中制冰机是公司的拳头产品。制冰机产品矩阵丰富，涵盖子弹冰、颗粒冰、方冰、圆球冰等多个系列，并拥有静止式、流水式、喷淋式等多元制冰技术，可基本覆盖市场所需的所有家用制冰机类型。

关于未来产品迭代方向，公司围绕“全产业链、全应用场景”的战略规划，将从以下几个维度持续发力：第一，积极推动制冰机向小型化、多元化、智能化、绿色化、标准化方向发展；第二，公司正加速向医用及工业领域拓展，公司研发的“YBD-100ZB 微晶粒医用冰泥机”成功入选 2025 年度国内首台（套）装产品。第三，将进一步开发新产品生产线，进一步拓宽产品应用场景，丰富公司产品矩阵，培育新的标杆品牌。

总体而言，公司将以市场需求为导向，不断开发新产品、新工艺、新功能，逐步摆脱同质化竞争，实现差异化发展。

3、公司发展驱动因素是什么，未来是否还能进一步提升市场份额

发展驱动因素如下：

1) 二十余年先发优势，结合欧美国家冰块文化，公司凭借前瞻性洞察，2003 年率先开发出初代民用制冰机并成功进入美国市场。后续公司逐步在制冰能力、冰型、整机设计、智能化等方面对民用制冰机产品进行创新与提升，民用制冰机在欧美市场发展成为一种新型的小家电产品。2020 年，在国际公共卫生等事件的影响下，北美等地区居民生活方式发生改变，居家场景延长带动家庭冷饮消耗量激增，冰箱制冰无法满足日常高频的用冰需求，而彼时民用制冰机以“制冰效率高、储冰量大、小型化、便携性强、便于操控”等特点精准匹配了居家场景的用冰需求，作为市场渗透率较低的新兴产品与爆发性的居家用冰需求构成了错配，在跨境电商蓬勃发展、商超线上线下渗透的推动下，民用制冰机产品需求迎来了规模化增长。凭借长期的技术积累、产能规模优势和产品先发优势，公司抓住了抢占市场份额、快速扩张的机会，扩大制冰机产能，市场份额快速增长。

2) 技术优势是公司的核心竞争力和发展驱动力，自成立以来，公司十分重视技术开发，不断加大研发投入力度，自主研发并掌握生产关键环节相关的先进技术，目前公司已拥有冰

	<p>厚智能控制技术、高效散热技术、快速自动脱冰技术等多项核心技术,提升整机产品制冰效率、散热效率以及温度适应能力,精准把握制冰厚度、透明度及冰块形态,同时实现产品轻量化、节能化、智能化。公司已将这些先进技术深入应用到公司全系列制冷设备产品中,对提升生产效率、稳定产品质量发挥了积极作用。</p> <p>3) 客户粘性与品牌建设</p> <p>基于 ODM 行业特性,海外知名客户供应商认证严格、转换成本高,需长期积累才能建立稳定合作。公司自 2003 年布局制冰机,先发优势明显,凭借研发、质量与交付能力,与 Curtis (2004 年)、MC Appliance (2004 年)、ROWAN (2018 年)、Best Buy (2016 年) 等客户保持长期合作,客户粘性较强。公司已搭建全球销售网络,成为 Electrolux、MC Appliance 等国际品牌的核心供应商,产品进入 Walmart、Costco、Sam’s Club 等海外大型连锁超市,覆盖 80 多个国家和地区。同时,公司打造了经验丰富的电商运营团队,与淘宝、天猫、京东等平台合作顺畅,自主品牌“HICON 惠康”“WATOOR 沃拓莱”线上零售份额连续多年细分行业第一。</p> <p>总体而言,民用制冰机仍是一种新兴的小家电产品,目前民用制冰机的市场容量远未饱和,未来成长空间和发展潜力较大。根据中国家用电器协会数据,截至 2024 年底美国民用制冰机的市场渗透率仍不足 10%,中国民用制冰机市场渗透率不足 1%。</p> <p>随着制冰机产品进一步朝向小型化、智能化发展,市场预计延续繁荣与多元化的增长态势。在北美、欧洲等已占据较高份额的市场中,成熟制冰机产品将持续渗透,新产品的开发也将逐步拓展市场空间;东南亚、南美洲等地区作为新兴增量市场,中国制冰机制造商和品牌商将凭借成熟产品的成本优化和全球化战略布局快速打开市场、收割份额。</p> <p>同时,随着用冰习惯的逐渐养成,国内市场也有望在“冰块经济”的推动下实现进一步增长。相较于其他小家电品类,公司作为制冰机行业的龙头企业,竞争优势更为明显,有望持续扩大市场份额。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2026 年 6 月 8 日