

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：2026-007

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 ☐其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称	国海证券、财通证券、交银基金
时间	2026 年 9 月 1 日、2026 年 9 月 2 日
地点	证券公司策略会
上市公司接待 人员姓名	董事会秘书 卢晓霞
投资者关系 活动主要内 容介绍	公司近况及回答提问内容概括如下： 1、公司 2026 年上半年度业绩情况 2026 年上半年，国际局势复杂多变，海外地缘博弈持续，汇率波动加剧，原材料价格波动及市场竞争加剧。在外部多重挑战的背景下，公司扎根制冷领域，紧紧围绕“致力于成为全球制冷设备领域的龙头企业”这一战略愿景，坚持“ODM+OBM”双轮驱动模式，以技术创新与全球化渠道深耕为双引擎，持续巩固在民用制冰机领域的全球领先地位，实现了经营业绩的稳健增长，业务发展保持良好态势。 2026 年上半年，公司实现营业收入 153,548.65 万元，同比增长 10.54%；归属于上市公司股东的净利润为 18,256.93 万元，同比下降 11.12%，公司净利润同比下滑主要系人民币对美元升值导致汇兑损失同比显著增加所致，剔除汇兑损失影响后，2026 年上半

	年归属于上市公司股东的净利润为 21,881.19 万元，同比增长 6.53%。 分产品来看，制冰机仍是公司核心产品，上半年实现营业收入 120,312.88 万元，占营业收入比重为 78.35%，同比增长 7.72%，呈现稳步增长的特性；冰箱、酒柜产品占比较低，但增速较快，分别增长 28.59%、31.70%；分地区来看，外销收入占比 54.82%，内销收入占比 45.18%，其中部分跨境电商客户以境内主体采购，自行负责产品报关的收入，视为内销收入，若穿透最终销售目的地后，外销收入占比更高，报告期占比约为 83%，同比增长 10.72%。业务拓展情况如下： 1、公司外销业务表现稳健，市场份额持续提升。北美仍是公司第一大出口市场及跨境电商终端销售区域。报告期内，公司通过优化供应链协同、提升产品附加值以及加强与下游客户的沟通，有效缓解了外部政策波动带来的影响，客户信心逐步恢复，贸易订单亦回归常态化。同时，公司持续推进市场多元化战略，通过组建专业化区域团队并深度参与国际展会，进一步开拓非美地区市场，欧洲、南美洲、大洋洲等地区同比均有不同程度增长，显著优化了外销结构。其中，欧洲市场表现尤为强劲，销售收入同比增长 55.37%，占外销收入比例提升至 14%左右，成功构建起跨区域的市场对冲机制，充分彰显了公司全球化布局的成效。未来，公司还将持续完善海外销售体系，强化团队建设，并加大对海外自营业务及本地化市场策略的投入。 2、国内业务积极响应国内消费升级趋势，构建立体化的线上线下融合推广体系，深入挖掘内需潜力。2026 年上半年，在稳固京东、天猫等主流电商平台头部地位的基础上，公司依托平台数据实施差异化营销策略，精准触达目标客群，有效提升用户复购率。在“618”大促期间，公司表现亮眼，荣获京东厨房小家电趋势品牌第一名、天猫小家电行业制冰机品牌榜第一名。另一方面，公司持续深化与山姆等线下高端会员制门店的战略合作，通过联合选
--	--

品、定制化营销及终端陈列优化，高效触达高净值消费群体。报告期内，山姆线下渠道销量同比增长 13%，品牌影响力进一步向高端消费圈层渗透，并成功进入华住集团旗下的酒店渠道。

2、上半年业绩受汇率影响较多，后续是否有进行锁汇之类的操作规划？

目前，公司已在合理且审慎的范围内开展外汇套期保值业务，如远期结售汇等金融工具，以锁定部分外币收入的汇率成本，有效对冲汇率波动带来的不确定性。未来，公司将根据订单周期、回款节奏及市场汇率走势，动态评估并适时调整锁汇比例，在保障财务稳健性的同时，最大限度减少汇率波动对经营业绩的不利影响。

3、公司产品的毛利率变化情况？是否能维持？

2026 年上半年，公司整体毛利率为 25.61%，同比提高 1.81 个百分点。其中，制冰机产品毛利率为 25.76%，同比提高 0.70 个百分点；外销毛利率为 24.16%，同比提高 4.87 个百分点。

公司持续推进产品结构优化战略，一方面加快淘汰低毛利、低附加值的传统产品，另一方面在业务端大力推广技术含量更高、功能更丰富的高附加值新产品，同时通过优化工艺、供应链管理、材料替代等多种措施降低生产成本。通过这一结构性调整，公司有望在行业竞争加剧和成本波动的背景下，保持盈利水平的稳健性。

4、公司中期分红方案如何？未来分红政策如何规划？

公司实际控制人、董事长陈越鹏先生提议实施中期分红，经公司第二届董事会第八次会议审议通过，公司 2026 年半年度利润分配预案公司以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 5.00 元（含税），不送红股、不以公积金转增股本，以公司目前总股本 148,351,430 股测算，预计派发现金红利约 7,418 万元，占半年度归母净利润的 40.63%。该预案尚需提交 2026 年第二次临时股东会审议，具体分红金额以未来公司权益分派实施公告为准。

公司高度重视投资者回报，将坚持“持续、稳定、合理”的分

	红原则，并在《公司章程》中明确了利润分配政策，未来将根据经营业绩、现金流状况、募投项目资金需求等因素，统筹兼顾股东回报与公司发展需要，持续优化分红方案，积极回馈广大投资者。 5、公司募投项目进展如何？资本开支与产能扩张计划？ 公司 IPO 募集资金净额约 18.06 亿元，主要用于四大募投项目，目前各项目均在有序推进中。 第一，前湾二号制冷设备智能制造生产基地建设项目（投资约 7.58 亿元）。公司全资子公司宁波智拓以 2,800 万元竞得宁波前湾新区约 80 亩建设用地使用权，正在推进后续相关建设工作。 第二，制冷设备生产基地智能化升级改造项目（投资约 4.61 亿元）。该项目旨在对现有生产基地进行智能化升级，提升生产效率和产品品质，目前正在按计划推进。 第三，泰国制冷设备智能制造生产基地项目（投资 1.90 亿元）。公司已完成向境外全资子公司的增资，泰国基地的建设将增强公司全球化产能布局和供应链弹性，目前进展顺利。 第四，研发中心建设项目（投资约 3.88 亿元）。该项目将提升公司研发能力和技术创新水平，为产品迭代和新赛道拓展提供支撑。目前正在建设中。 上述募投项目建成后，将显著提升公司研发能力、智能化水平及产能规模，更好的满足全球对制冰机等制冷设备日益增长的市场需求，为公司持续增长奠定坚实基础。 6、公司是否布局新赛道，打造新的增长点？ 公司积极发展医疗制冷等专业领域作为第二成长曲线。 医用制冰机领域，公司自主研发的“YBD-100ZB 微晶粒医用冰泥机”已入选 2025 年度国内首台套产品，标志着公司在医用制冰设备领域取得了重要突破，该产品可广泛应用于医疗场景，为公司在专业医疗制冷领域打开新的市场空间。同时，公司也在积极研究医美制冷的解决方案，并前瞻布局海水流态冰制冰机等专业设备，探索更多专业应用场景。
--	---

	公司作为民用制冰机全球市占率第一的企业，在制冷技术领域积累了深厚的技术壁垒和制造经验。向医疗制冷等专业领域拓展，既可以发挥公司的技术优势，也可以打开新的市场空间，形成“民用+商用+专业”的多层次业务格局，为公司中长期发展注入新动能。 目前相关新业务尚处于研发和拓展阶段，具体进展和业绩贡献请关注公司后续公告。 7、公司如何应对国际贸易摩擦和关税风险？ 当前公司出口美国的关税税率为 35%，较 2025 年 4 月峰值时的 170%已显著回落，关税压力明显缓解。此外，公司针对国际贸易摩擦和关税波动已形成较为完善的应对机制。 第一，利用业务模式对冲关税风险。公司外销以 ODM 模式为主，采用 FOB 贸易方式，加征关税由客户承担，使得关税政策变化对公司直接成本的影响相对有限。 第二，全球化产能布局分散风险。公司正在推进泰国制冷设备智能制造生产基地项目建设，通过海外产能布局增强供应链弹性和贸易灵活性，有效分散单一市场的政策风险。 第三，市场结构持续优化。北美仍是公司第一大出口市场，但市场多元化程度持续提升，对单一市场的依赖持续降低。今年上半年欧洲、南美洲、大洋洲等地区同比均有不同程度增长，其中，欧洲市场表现尤为强劲，销售收入同比增长 55.37%，占外销收入比例提升至 14%左右，成功构建起跨区域的市场对冲机制。 公司将持续关注国际贸易政策变化，灵活调整经营策略，确保海外业务的稳健发展。 8、公司自主品牌发展情况如何？ 公司作为民用制冰机全球市占率第一的企业，将自主品牌建设视作重要战略方向。 在品牌布局方面，公司已形成“HiCON 惠康”“WATOOR 沃拓莱”两大自主品牌，通过淘宝、天猫、京东、亚马逊等主流电商
--	---

	平台开展线上零售业务。 在品牌推广方面，公司持续加大自主品牌的市场推广力度，通过电商运营、新媒体营销等方式提升品牌知名度和市场渗透率。 目前公司呈现“ODM 为主、OBM 为辅”的业务格局。发展自主品牌既可以提升产品附加值和毛利率水平，也可以增强公司对终端市场和消费者需求的洞察能力，进而有利于产品研发和 ODM 业务的稳步推进。随着自主品牌规模的扩大，将对公司整体盈利能力产生积极贡献。 未来，公司将继续加大自主品牌投入，深化线上线下渠道建设，推动品牌价值提升，增强市场竞争力。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	否
附件清单 (如有)	无
日期	2026 年 9 月 2 日