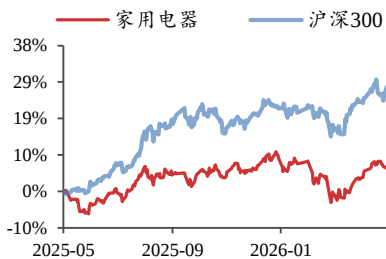


家用电器

2026 年 05 月 25 日

投资评级：看好（维持）

行业走势图



数据来源：聚源

相关研究报告

《出海延续高景气，龙头穿越周期——家用电器行业 2025 年半年报一

季报总结》-2026.5.20

《泳池机器人：渗透空间广阔，关注技术壁垒已显+产品落地兑现的优质企业——行业深度报告》-2026.1.16

3D 打印行业：消费级 3D 打印需求扩容进行时，国产企业承东风起

——行业深度报告

吕明（分析师）

lvming@kysec.cn

证书编号：S0790520030002

骆扬（分析师）

luoyang@kysec.cn

证书编号：S0790525050002

林文隆（分析师）

linwenlong@kysec.cn

证书编号：S0790524070004

● **消费级 3D 打印需求扩容进行时，关注技术壁垒已显+产品落地兑现优质企业**
3D 打印作为先进制造的核心技术之一，正从工业级向消费级快速渗透，行业成长空间广阔。本文通过对 3D 打印机行业规模、产业链竞争格局等方面研究，重点梳理 3D 打印机投资逻辑，看好板块具有技术壁垒+已经有产品兑现落地的优质企业投资机会，建议关注安克创新切入 UV 打印机赛道+创想三维上市进展。

● **行业概览：3D 消费级打印行业快速扩容，国产企业竞争力逐步增强**

目前，3D 打印行业已形成清晰的消费级与工业级双赛道格局，相较于专业级市场平稳发展，消费级 3D 打印行业正步入快速扩容周期。根据灼识咨询数据，从 GMV 维度看，2020-2024 年复合增速达 20.5%；2024-2029 年 GMV 将进一步扩容至 169 亿美元，CAGR 跃升至 33.6%；设备端数据看，2020-2024 年出货量 CAGR 为 10.2%；2024-2029 年出货量将加速至 1340 万台，CAGR 提升至 26.6%。**产业链拆分方面**，产业链上中下游均存在较大市场，其中打印服务为产业链最大下游市场，2025 年全球打印服务占比 59.3%。**竞争格局方面**，全国现存 3D 打印相关企业约 18.28 万家，其中营收过亿企业仅约 70 家，企业分化明显；另一方面，消费级 3D 打印机头部集中度凸显，2024 年，拓竹科技和创想三维市占率分别为 29.0%/16.9%，行业 CR3 达 59.2%。出口方面看，我国 3D 打印企业国际竞争力逐步增强，消费级 3D 打印机出货量占全球 90%+，全球领先地位明显，工业级市场份额约 8%，位居全球第二，且 2025M1-M10 出口金额同比增长 23% 至 11.98 亿元，已超过 2024 年全年水平。

● **行业催化：从场景到产品四大催化，助力行业加速扩容**

催化一：产品向质价比演化速度提升，使用门槛明显下降。消费级 3D 打印机已进入“性价比重构+性能普惠”的关键周期，拓竹、创想三维、纵维立方等市场主要公司均推出 3000 以内的高质价比产品，这一变化正打破此前“玩具级”产品印象，推动市场从创客小众向大众消费快速渗透。**催化二：**应用场景不断延伸，商业化路径愈加多元。早期行业以创客与 DIY 群体为起点，现已经拓展至教育、家庭甚至小型企业场景——3D 打印农场。**催化三：**AI 重构 3D 打印建模范式，拓竹、创想三维率先通过 AI 技术大幅缩短 3D 模型生成时间，解决行业痛点。**催化四：**政策鼓励持续加大，实现“研发-规范-消费”全链条政策覆盖。

● **相关标的：技术壁垒已显+产品落地兑现优质企业**

(1) 安克创新：2025 年公司众筹发布消费级 UV 打印机，截至 2 月 9 日已累计发货 1.6 万台。相较于 FDM3D 打印机，UV 打印机具有全彩打印&入门门槛低等优势，随着后续产品逐渐可靠且降本，UV 打印机或带来想象空间，当前公司量产进度相对领先。**(2) 创想三维：**公司为消费级 3D 打印龙头企业，2020-2024 年公司消费级 3D 打印机累计出货量达 4400 千台，对应累计市场占有率 27.90%，排名行业第一。产品力方面，公司在打印效率、色彩能力等核心参数表现突出；渠道布局方面，公司经销商渠道实现全球市场覆盖，且线上渠道成功打开，2022-2024 年渠道收入 CAGR 达 79.48%。**(3) 拓竹科技：**Bambu Lab X1 产品市场认可度高，公司已累计取得 300 余项全球核心专利，业绩持续处于增长快车道。

● **风险提示：**汇率波动风险、行业产品迭代速度不及预期、行业价格战风险

目 录

1、 行业概览：行业渗透空间广阔，消费级市场风头正盛.....	4
1.1、 行业历程：3D 打印机行业已完成从技术萌芽到全面渗透的演进.....	4
1.2、 行业分类：3D 打印行业已形成清晰的消费级与工业级双赛道格局.....	5
1.3、 行业规模：3D 消费级打印行业风头正盛，需求端高景气赛道集中.....	6
2、 产业链拆解：全环节具备成长空间，国产企业竞争力加强.....	7
2.1、 产业链拆分：全环节具备成长空间，我国 3D 打印企业国际竞争力逐步增强.....	7
2.2、 竞争格局：3D 打印行业呈三层分化格局，消费级市场头部集中度凸显.....	8
3、 行业催化：四大催化推动，行业有望加速扩容.....	9
3.1、 行业催化一：产品向质价比演化速度提升，使用门槛明显下降.....	9
3.2、 行业催化二：应用场景不断延伸，商业化路径多元发展.....	10
3.3、 行业催化三：AI 重构 3D 打印建模范式，头部企业率先破局.....	11
3.4、 行业催化四：政策暖风频吹，实现全链条鼓励政策覆盖.....	12
4、 相关标的：关注技术壁垒已显+产品落地兑现的优质企业.....	13
4.1、 创想三维：消费级 3D 打印机龙头，2025Q1 利润重回增长轨道.....	13
4.2、 拓竹科技：产品引爆市场，消费级 3D 打印机龙头未来可期.....	17
4.3、 安克创新：以 UV 打印机切入桌面制造市场，关注 UV 打印机行业前期红利.....	18
4.3.1、 UV 打印机优势：使用场景较雕刻机丰富，优势为全彩打印&使用门槛较 3D 打印机低&可辅助 3D 打印机和激光雕刻机上色.....	18
4.3.2、 安克创新 UV 打印机是否会重蹈 3D 打印机覆辙：预计概率相对较小.....	20
5、 投资建议.....	22
6、 风险提示.....	22

图表目录

图 1： 3D 打印机行业发展历程从技术突破到场景落地，行业渗透持续深化.....	4
图 2： 全球 3D 打印机规模全球 3D 打印 GMV 稳步攀升，耗材成为核心增长动能（单位：十亿美元）.....	6
图 3： 全球 3D 打印机出货量全球 3D 打印机出货量与保有量双升，驱动后市场需求释放（单位：百万台）.....	6
图 4： 消费级 3D 打印机规模增速明显.....	6
图 5： 3D 打印产业链拆分全产业链布局清晰，各环节均存发展潜力.....	7
图 6： 产业链市场格局：设备销售与打印服务贡献主要收入.....	7
图 7： 中国 3D 打印机出口规模持续扩容，竞争力稳步提升.....	8
图 8： 3D 打印机中国市场竞争格局三层梯队格局明确，头部企业优势突出.....	9
图 9： 3D 打印机应用场景不断拓展.....	11
图 10： AI 重建建模模式：操作界面可视化，入门门槛大幅降低.....	11
图 11： 混元 3D 打印成品 AI 驱动的 3D 打印成品多元化，验证技术落地效果.....	11
图 12： 创想三维营收规模持续扩张.....	13
图 13： 创想三维净利润 2025Q1 重回增长轨道.....	13
图 14： 毛利率稳定维持高位.....	13
图 15： 销售费用投放加大.....	13
图 16： 3D 打印机收入为核心基本盘.....	14
图 17： 创想三维业务多元化扩张.....	14
图 18： 创想三维已从单一设备厂商转向“设备+耗材+配套产品”的综合方案商.....	15
图 19： 线上渠道收入增长，成为核心增长引擎.....	16

图 20: 全球化布局成效显著, 海外市场收入高速增长.....	16
图 21: 创想三维持续升级云平台社区, 发布 FlowPrint.....	17
图 22: 拓竹科技强化品牌触达与用户体验.....	18
图 23: 拓竹科技构建全价位段产品矩阵	18
图 24: 相较于拓竹科技 A1 产品, 公司 M5 产品负面反馈较多	21
图 25: 相较于 3D 打印机, 目前公司 UV 打印机打印产品瑕疵较小	22
表 1: 增材制造模式特性制造模式对比: 增材制造在效率与成本上更具竞争力	4
表 2: 消费级 3D 打印和工业级 3D 打印区别双赛道格局清晰: 消费级与工业级 3D 打印差异显著.....	5
表 3: 消费级 3D 打印机质价比提升, 使用门槛显著下降	9
表 4: 3D 打印行业各项政策条例全链条政策覆盖, 3D 打印行业获国家与地方协同支持	12
表 5: 创想三维消费级 3D 打印机累计出货量与市占率双居行业前列.....	15
表 6: 创想三维核心产品参数领先, 打印效率与智能化配置突出	16
表 7: 使用场景与较激光雕刻机丰富, UV 打印机优势为全彩打印&使用门槛较 3D 打印机低&可辅助 3D 打印机和激光雕刻机上色	18
表 8: Longer UV 打印机宣传卖点侧重速度以及立体感, 公司 UV 打印机侧重墨路自清洁以及定位校准。公司 UV 打印机已率先实现批量	21
表 9: 受益标的安克创新、创想三维 (未上市)	22

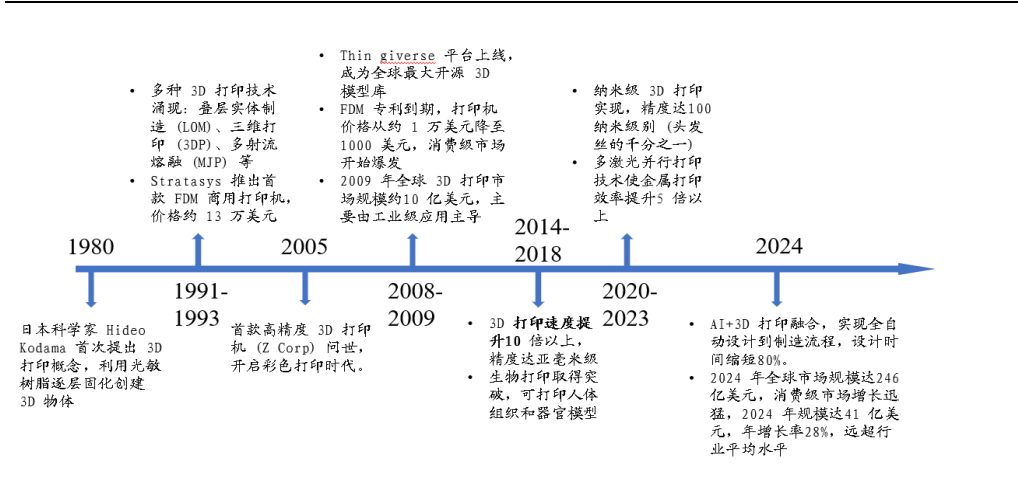
1、行业概览：行业渗透空间广阔，消费级市场风头正盛

1.1、行业历程：3D 打印机行业已完成从技术萌芽到全面渗透的演进

3D 打印机行业核心驱动源于技术迭代、成本下降与应用拓展的共振。1980 年日本科学家 Hideo Kodama 首次提出 3D 打印概念，为行业奠定技术基础。1988-1999 年技术拓展期，FDM、SLS 等关键技术涌现，Stratasys 等企业入局，应用初步覆盖工业设计、医疗等领域。2009 年前后 FDM 专利到期叠加 Thingiverse 开源模型库上线，打印机价格从万美元级降至千元级，消费级市场开始萌芽；2010 年代金属打印、生物打印等技术相继突破，其中多激光并行技术使金属打印效率提升 5 倍以上，推动工业级应用加速渗透。2010-2019 年行业进入快速扩张期，金属打印(DMLS/EBM)技术突破带动工业级应用加速落地，医疗定制植入物、空客千级打印组件等落地。2020 年至今步入全面渗透期，纳米级打印、AI 融合等技术突破，叠加生物打印、太空制造等新场景拓展。

展望行业未来发展，材料多元化（生物可降解、超导材料）与 4D 打印将成技术主线，分布式制造加速落地，根据灼识咨询数据，预计 2029 年全球消费级 3D 打印市场规模（按 GMV 计）将达到 169 亿美元。

图1：3D 打印机行业发展历程从技术突破到场景落地，行业渗透持续深化



资料来源：灼识咨询、网易数码、智研咨询、开源证券研究所

3D 打印机的增材制造模式下能够最大程度利用材料。3D 打印技术又称增材制造技术，是以三维数字模型为蓝本、逐层叠增材料成型，融合了信息技术、先进材料与数字制造技术。相较传统切削去料的减材路径，增材制造通过自下而上的堆叠方式能够省去模具、夹具与多道流转工序，提高生产效率，并较大程度减少原材料浪费，降低成本、快速交付，适用于几何复杂、定制化、轻量化零部件制造。

表1：增材制造模式特性制造模式对比：增材制造在效率与成本上更具竞争力

减材制造		增材制造
成型方式	通过切削、铣削、车削等去除多余材料获得目标形状	通过逐层堆积/打印材料构建目标产品
材料利用率	材料浪费较多	材料利用率高，减少浪费

减材制造		增材制造
结构复杂度	结构越复杂，制造难度和成本越高	复杂结构制造成本基本不增加
交付周期	需模具与工序，周期较长	零时间快速交付，适合小批量
应用场景	适合大批量、标准化零件	适合几何复杂、定制化、轻量化零部件制造

资料来源：灼识咨询、AUTODESK 欧特克官网、开源证券研究所

1.2、行业分类：3D 打印行业已形成清晰的消费级与工业级双赛道格局

3D 打印行业已形成清晰的消费级与工业级双赛道格局，二者在需求属性、技术壁垒与应用场景上差异显著。工业级赛道则呈现高景气度，核心用户为航空航天、医疗等领域企业。其设备精度达 0.01-0.1mm，可加工钛合金等特种材料，适配零件定制、模具制造等刚需场景。消费级市场以个人、创客及教育用户为主，设备多在千元级，PLA 等基础材料成本仅 30-100 元/千克。该赛道需求集中于创意制作与教学演示，相较于工业级赛道仍有较大增长空间。

表2：消费级 3D 打印和工业级 3D 打印区别双赛道格局清晰：消费级与工业级 3D 打印差异显著

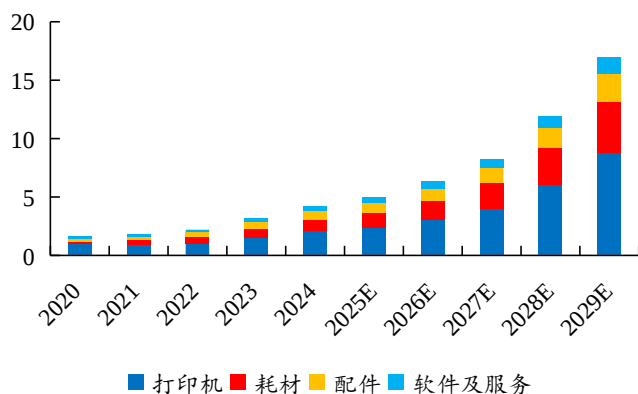
对比维度	消费级 3D 打印	工业级 3D 打印
使用人群	主要面向个人用户、家庭爱好者、中小学及高校学生、小型创客团队等。	核心使用群体为企业研发部门、制造业工厂、专业设计机构、科研院所及医疗、航空航天等领域的专业团队。
常见工艺	以熔融沉积成型（FDM）为主流，部分入门级设备也会采用光固化（LCD）工艺	工艺类型丰富且专业，包括立体光固化成型（SLA）、选择性激光烧结（SLS）、选择性激光熔化（SLM）、熔融沉积成型（FDM，工业级）、电子束熔化（EBM）等。
精度与尺寸	精度相对较低，定位精度一般在 0.1-0.3mm 之间，部分高端消费级设备可达到 0.05mm，但受设备结构限制，长期打印稳定性不足。	精度极高，定位精度普遍在 0.01-0.1mm 范围内，部分精密工艺如 SLA 可实现 0.005mm 的层厚，能满足精密零件的制造要求。
打印尺寸	打印尺寸较小，常见成型尺寸多为 200mm×200mm×200mm 以内，少数大型消费级设备可扩展至 400mm×400mm×400mm 左右，无法满足大尺寸零件需求。	打印尺寸灵活，小型工业级设备成型尺寸与高端消费级相近，大型设备则可达 1000mm×1000mm×1000mm 以上，可适配从微型构件到大型结构件的打印需求。
打印速度	速度较慢，通常以“毫米/秒”为单位计量，常规打印速度在 30-100mm/s 之间	打印速度更快且稳定，根据工艺不同差异较大，FDM 工业级设备速度可达 200-500mm/s，SLM、SLA 等工艺通过多激光协同、高速扫描等技术
材料类型	材料种类单一，主要以 PLA、ABS、PETG 等低成本热塑性塑料为主	材料体系完善，涵盖金属材料（钛合金、铝合金、不锈钢、高温合金等）、工程塑料（PEEK、PEI、尼龙等）、树脂材料（耐高温树脂、医用树脂、高强度树脂等）、陶瓷材料及复合材料等。
成本范围	设备价格通常在 1000-15000 元之间；材料成本持续走低，PLA 约 30-80 元/kg，树脂 80-250 元/L；后期维护成本低，无需专业运维人员。	成本高昂，设备价格从 5 万元到数千万元不等，如航空/医疗定制大型设备价格高；材料中钛粉已降至 300 元/kg 以下，但高温合金仍昂贵；同时需要专业运维人员，后期维护和耗材成本较高。

数据来源：灼识咨询、淘宝官网、青岛日报官网、开源证券研究所

1.3、行业规模：3D 消费级打印行业风头正盛，需求端高景气赛道集中

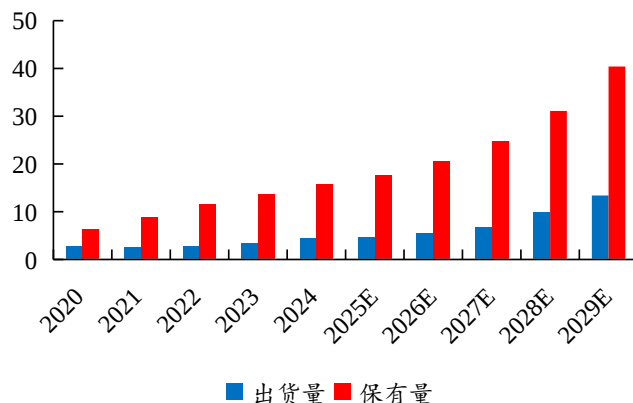
全球消费级 3D 打印行业正步入快速扩容周期，GMV 与设备端数据共同印证行业景气度持续抬升。根据灼识咨询数据，从 GMV 维度看，2029 年全球消费级 3D 打印机市场将扩容至 169 亿美元，2024-2029 年的年复合增长率为 33.0%，需求端预计加速释放。2029 年全球消费级 3D 打印机出货量将加速至 1340 万台，预计保有量将突破 4000 万台，长期积累的设备基盘将持续撬动后市场需求，形成“出货量→保有量→后市场”的正向循环。我们看好消费级 3D 打印行业已进入“硬件渗透+后市场放量”的双驱动阶段，后续耗材、软件及服务生态环节有望成为增长核心拉动力。

图2：全球 3D 打印机规模全球 3D 打印 GMV 稳步攀升，耗材成为核心增长动能（单位：十亿美元）



数据来源：灼识咨询、创想三维招股说明书、开源证券研究所

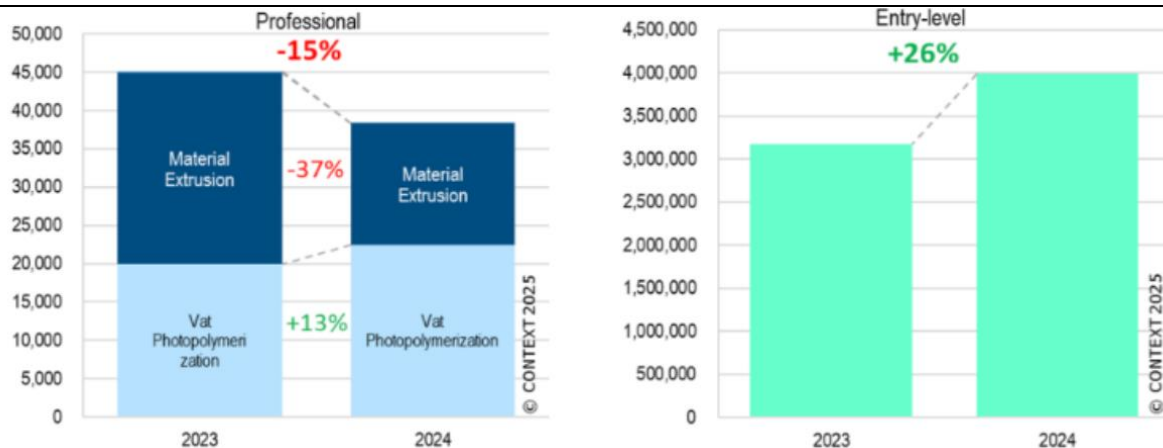
图3：全球 3D 打印机出货量全球 3D 打印机出货量与保有量双升，驱动后市场需求释放（单位：百万台）



数据来源：灼识咨询、创想三维招股说明书、开源证券研究所

消费级市场的扩容已成为 3D 打印行业的增长主线。消费级 3D 打印市场呈现显著扩容态势，CONTEXT 数据显示其 2024 年规模较 2023 年增长 26%，对比之下，专业级（Professional）市场表现疲软：2024 年整体规模同比下滑 15%，其中传统材料挤出技术规模降幅达 37%，仅光固化技术（Vat Photopolymerization）实现 13% 的正向增长。专业级的分化与消费级的高增形成鲜明反差，印证消费端需求的快速释放——个人创客、家庭 DIY 等下沉场景的渗透度提升，是驱动消费级市场扩容的核心动力。

图4：消费级 3D 打印机规模增速明显



数据来源：CONTEXT、南极熊 3D 打印

2、产业链拆解：全环节具备成长空间，国产企业竞争力加强

2.1、产业链拆分：全环节具备成长空间，我国 3D 打印企业国际竞争力逐步增强

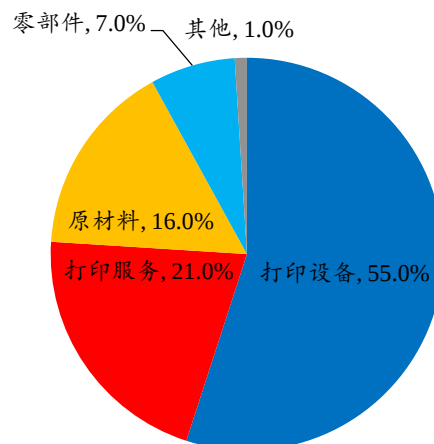
3D 打印机产业链拆分，上中下游均存较大发展空间。3D 打印行业上游为原材料及零件，包括 3D 打印原材料、核心硬件和软件等，中游为设备制造和打印服务，下游则包括航空航天、汽车、医疗、消费及电子产品等应用领域。按照产品/服务来看，目前打印服务在 3D 打印市场规模最大。从产业结构来看，我国 3D 打印行业中，打印设备和打印服务的营收占主要部分，目前设备营收占比 55%，打印服务占比 21%。原材料和零部件分别占比 16%和 7%。

图5：3D 打印产业链拆分全产业链布局清晰，各环节均存发展潜力



资料来源：前瞻产业研究院、开源证券研究所

图6：产业链市场格局：设备销售与打印服务贡献主要收入



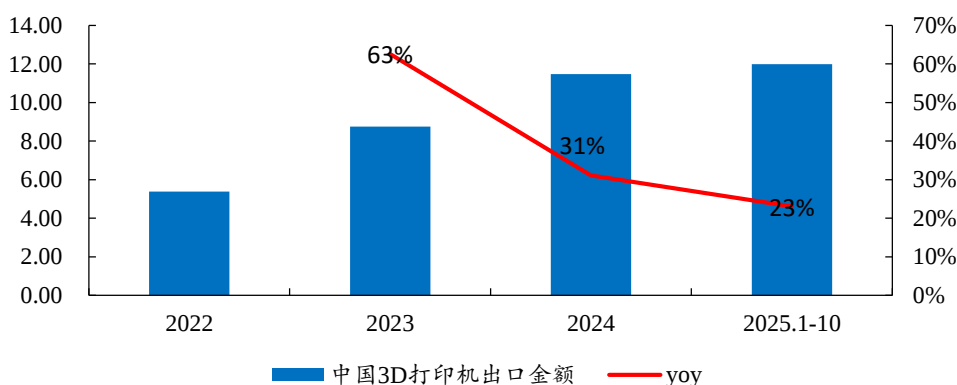
■ 打印设备 ■ 打印服务 ■ 原材料 ■ 零部件 ■ 其他

数据来源：中商产业研究院、开源证券研究所

从出口数据看，我国的 3D 打印企业国际竞争力逐步增强。目前，我国处于消费级市场(中国主导)与工业级市场(中外竞争)分化发展阶段，消费级 3D 打印机出货量占全球 90%+，全球领先地位明显，工业级市场份额约 8%，位居全球第二。

从出口规模维度看，根据海关数据，2022-2025 年我国 3D 打印机出口金额持续扩容，2025 年 1-10 月出口金额已攀升至 11.98 亿元，已接近 2024 年全年水平，出口金额的绝对增量持续扩大，反映我国 3D 打印产品在海外市场的渗透深度正持续提升。

图7：中国 3D 打印机出口规模持续扩容，竞争力稳步提升

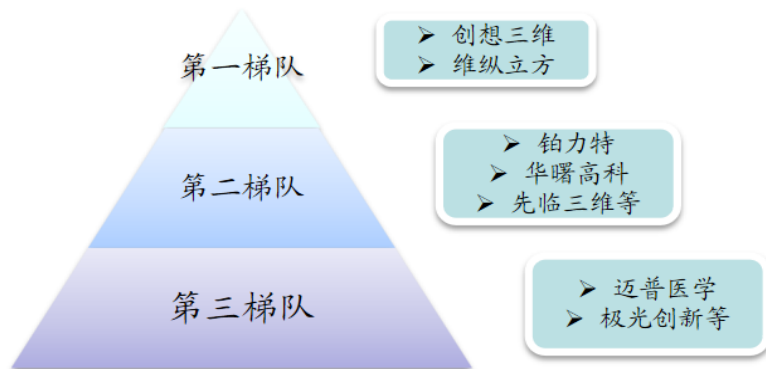


数据来源：海关总署、开源证券研究所

、竞争格局：3D 打印行业呈三层分化格局，消费级市场头部集中度凸显

行业分层清晰，消费级头部集中度凸显。从国内竞争格局看，全国现存 3D 打印相关企业中收入过亿的企业约 100 家，企业呈现出较为明显的“三层分化”头部企业(创想三维、铂力特等)凭借技术+资金+产业链优势构筑护城河，市场份额持续提升，第二梯队涵盖铂力特、华曙高科、先临三维等企业，这类厂商多在工业级等细分领域具备技术或场景落地优势；第三梯队则以迈普医学、极光创新等专注垂直赛道的企业为主，营收体量相对较小，聚焦细分市场突破。

图8：3D 打印机中国市场竞争格局三层梯队格局明确，头部企业优势突出



资料来源：前瞻产业研究院、开源证券研究所

3、行业催化：四大催化推动，行业有望加速扩容

3.1、行业催化一：产品向质价比演化速度提升，使用门槛明显下降

消费级 3D 打印机已进入“性价比重构+性能普惠”的关键周期，这一变化正打破此前“玩具级”产品印象，推动市场从创客小众向大众消费快速渗透。我们整理了目前市场上主流产品：入门级产品方面，拓竹 A1 mini，以 FDM 技术 $\pm 0.1\text{mm}$ 打印精度为核心，兼容 PLA、PETG 等 10 余种主流耗材，核心优势在于零操作门槛与极致性价比，精准覆盖家庭入门与学生创客需求。创想三维 Ender-3 V4，在保持同等精度与耗材兼容性基础上，新增静音驱动、断料检测与 CR-Touch 自动调平功能，适配轻度创作者的稳定性需求，凭借高适配性成为入门市场的性价比标杆。旗舰机型方面，此前局限于高端机型的核心技术正加速下放，拓竹 P1S（单机能性价比款）定价 2699 元，搭载主动振动补偿与高配 AMS 系统，实现 16 色打印与全封闭机身，核心突破在于多材料打印能力，满足文创、手办等场景的色彩需求。创想三维 Ender-5 Max 定价 4599 元，将打印速度提升至 700mm/s，支持 Hyper 多材质兼容与云端集群管理，面向小型工作室与专业创作者，主打高效量产与多场景适配。

表3：消费级 3D 打印机质价比提升，使用门槛显著下降

品牌	产品型号	打印技术	打印精度	最高打印速度 (mm/s)	支持耗材	连接方式	特色功能	参考价格 (元)
拓竹科技	A1 mini (入门级)	FDM	$\pm 0.1\text{mm}$	500	PLA、PETG、TPU、PVA、PET	Wi-Fi	6 重自动校准、电机降噪、摄像头监控	1399
	P1S（单机 性价比款）	FDM	$\pm 0.1\text{mm}$	500	PLA、PETG、ABS、尼龙	Wi-Fi	主动振动补偿、16 色打印 (需配 AMS)、全封闭机身	2699
	P2S 多色 套装	FDM	$\pm 0.1\text{mm}$	500	PLA、PA12CF、ABS、PC	Wi-Fi	激光校准、AI 打印监测、 5 英寸触控屏、主动腔温	5199

品牌	产品型号	打印技术	打印精度	最高打印速度 (mm/s)	支持耗材	连接方式	特色功能	参考价格 (元)
创想三维	Ender-3 V4 大陆版	FDM	±0.1mm	500	Hyper-PLA/PLA/PETG/TPU /95A/ABS/ASA/PLA-CF/PA-CF	SD 卡/U 盘/Wi-Fi/创想云	静音驱动主板、断料检测、续打、CR Touch 自动调平	2399
	Ender-5 Max	FDM	±0.1mm	700	Hyper PLA/PLA/PETG/TPU95A/ABS/ASA/PLA-CF/PA/PLA-Silk	U 盘/Wi-Fi/创想云	64 点自动快速调平、软件支持多设备集群打印和云端集中管理	4599
	HALOTX1 光固化 16K	LCD	±0.01mm	170mm/h	光敏树脂	Wi-Fi/USB/创想云	打印前无需调平、92 光区智能曝光、防漏液 LCD 保护膜、全封闭机身	4199
	Kobra S1 Combo	FDM	±0.1mm	600	PLA、PETG、TPU (95A) (TPU 95A 与 ACE Pro 不兼容)、ABS、ASA	打印机、切片软件、Anycubic APP、USB	开创性烘打一体、超静音打印、CoreXY 结构	3899
	Kobra X (大尺寸进阶款)	FDM	±0.15mm	600	PLA / PETG / TPU / PVA / PLA-CF / PETG-CF / ASA	打印机、切片软件、Anycubic APP、USB (仅打印)	智能远程打印、AI 检测、ACE GEN 2 技术将多色耗材更换长度缩短了 81.25%	399 美元
	Photon P1 (光固化款)	DLP 光固化	0.025mm	4.3 秒 / 层 (高速树脂)	光敏树脂	打印机、切片软件、Anycubic APP、USB (仅打印)	波浪释放技术、精密装配工业级滚珠螺杆、光均匀度>92%、智能打印助手 3.0	699 美元

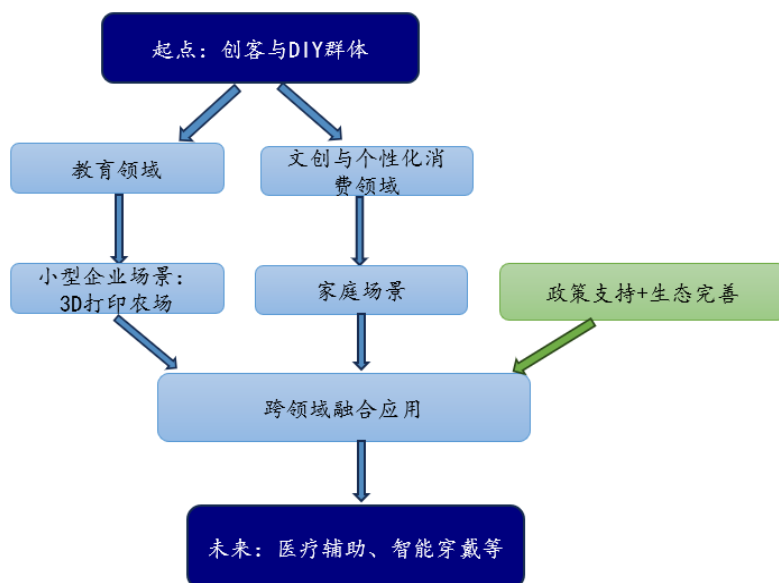
数据来源：各个公司官网、京东旗舰店、开源证券研究所

3.2、行业催化二：应用场景不断延伸，商业化路径多元发展

需求端多点突破是消费级 3D 打印机行业增长的核心引擎，场景从早期创客向多元化延伸，形成梯度增长格局。创客与 DIY 群体为市场基石，开源社区(如 RepRap)沉淀的百万级模型资源，培育了核心用户池。教育场景成为政策驱动增长极，工信部等六部门明确"推动 3D 打印设备进课堂"，教育部等七部门提出 2030 年基本建立中小学科技教育体系。根据艾媒咨询数据，我国泛二次元用户规模从 2017 年 2.1 亿激增至 2025 年 5.26 亿，周边市场规模 2025 年达 6521 亿元，3D 打印在手办、定制珠宝等领域渗透率持续提升。

3D 打印农场模式应运而生，即集中管理多台(从几台到数千台) 3D 打印机的生产设施，通过设备集群、智能系统和自动化材料管理实现规模化、高效率生产创收模式，据南极熊咨询机构估算，目前全国 3D 打印农场总数量已经近千家，这些农场拥有几台到上千台不等的 3D 打印机，用于国内以及海外市场供应。

图9：3D 打印机应用场景不断拓展



资料来源：艾瑞咨询、开源证券研究所

3.3、行业催化三：AI 重构 3D 打印建模范式，头部企业率先破局

3D 打印软件端痛点破局，拓竹/创想三维率先落地应用。软件层面，3D 打印行业长期受困于“建模门槛高、流程繁琐”的痛点，传统 3D 模型制作需专业软件操作，周期长达数天至数周。腾讯混元通过 AI 技术重构 3D 内容创作范式，成为破解行业痛点的关键变量，目前拓竹、创想三维与腾讯混元建立深度合作，核心围绕“AI 降门槛”实现技术落地：平台能力赋能拓竹旗下 3D 模型生态平台 MakerWorld 已全面接入腾讯混元 3D 生成模型，用户通过文字提示（如“迷你潮玩手办，卡通风格”）或图片输入，即可快速生成高质量可打印模型，极大简化入门流程。创想三维方面，落地首款工具“CubeMe-小小的我”：用户上传照片并选择风格（粘土、潮玩等），AI 可自动生成 2D 原画并转化为 3D 模型，5 分钟即可输出打印文件。

图10：AI 重构建模模式：操作界面可视化，入门门槛大幅降低



资料来源：央广网

图11：混元 3D 打印成品 AI 驱动的 3D 打印成品多元化，验证技术落地效果



资料来源：深圳商报

3.4、行业催化四：政策暖风频吹，实现全链条鼓励政策覆盖

政策鼓励持续加大，国家层面政策呈现“研发-规范-消费”全链条覆盖特征。早期依托 863 计划完成技术研发资金铺垫，“十四五”智能制造规划进一步明确消费端应用拓展方向；2025 年密集落地的政策尤为关键，工信部行动计划提出 2030 年 2000 亿元产业规模目标，商务部则将桌面级设备纳入消费补贴，直接拉动终端需求。整体来看，政策逻辑清晰：以国家政策明确发展方向、降低消费门槛，用地方政策构建产业生态、激活企业活力。随着政策红利持续释放，具备核心设备研发能力、材料自主化优势及区域政策加持的企业，有望在国产化率提升（2030 年目标超 80%）与市场扩容中抢占先机，行业成长确定性显著增强。

表4：3D 打印行业各项政策条例全链条政策覆盖，3D 打印行业获国家与地方协同支持

政策名称/相关文件	发布部门	发布时间	核心扶植内容	受益对象/适用场景
《关于加快构建废弃物循环利用体系的意见》	国务院	2024 年 2 月	推广“增材制造+无损检测+柔性加工”再制造共性技术，支持废旧装备高值化再生	再制造企业、循环经济园区、航空/汽车零部件厂
《制造业可靠性提升实施意见》	工信部	2023 年 7 月	提升工业母机（含增材制造设备）、大型压铸机、激光焊接装备等关键设备可靠性	设备制造商、航空航天、新能源汽车供应链
《关于统筹节能降碳和回收利用加快重点领域产品设备更新改造的指导意见》	国家发改委	2023 年 2 月	规范废旧设备再制造，推广增材制造修复工艺，建立再制造标准体系	再制造服务商、环保科技公司、工业园区
《工业领域碳达峰实施方案》	工信部、发改委、生态环境部	2022 年 7 月（持续执行至 2026）	加快增材制造在绿色制造中的应用，支持柔性成型、材料节约型工艺创新	绿色工厂、低碳转型企业、材料研发机构
《关于首批增材制造典型应用场景名单的公示》	工信部	2022 年 8 月（持续指导 2023-2026）	公示工业、医疗、建筑、文化四大领域可复制场景，引导用户与企业对接合作	应用示范企业、系统集成商、地方政府招商部门
《医疗装备产业发展规划（2021-2025 年）》（征求意见稿）	工信部	2021 年（执行期至 2025，2026 年仍具指导意义）	推动 3D 打印在个性化植入物、手术导板、康复辅具等领域融合 AI、5G、工业互联网	医疗器械企业、三甲医院、生物 3D 打印平台
《国家重点研发计划“增材制造与激光制造”重点专项 2022 年度项目申报指南》	科技部	1 月（项目周期覆盖至 2026）	支持“飞秒激光-电化学复合微纳增材制造”、“跨尺度自润滑结构制造”等前沿技术研发	高校、科研院所、高新技术企业
《关于征集增材制造典型应用场景的函》	工信部	2022 年 3 月（后续持续滚动征集）	征集可复制成果，推动用户单位与制造企业联合研发专用材料、装备与解决方案	行业龙头用户、设备厂商、材料供应商

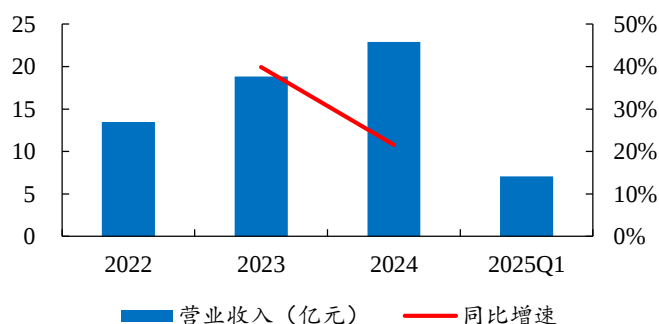
资料来源：前瞻产业研究院、开源证券研究所

4、相关标的：关注技术壁垒已显+产品落地兑现的优质企业

4.1、创想三维：消费级 3D 打印机龙头，2025Q1 利润重回增长轨道

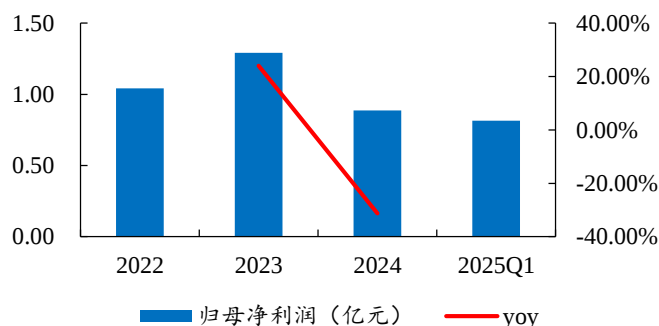
2025Q1 年利润重回增长轨道，2022-2024 营收复合双位数增长。公司营业收入由 2022 年的 13.5 亿元增至 22.9 亿元，期间 CAGR 为 30.37%，主要系公司海外市场及渠道成功打开，营收规模增加所致。2024 年公司净利润为 0.84 亿元，同比下降 31.23%，主系公司加大营销投放阶段影响利润，2025Q1 公司净利润同比+18.1%至 0.82 亿元，业绩逐步修复。

图12：创想三维营收规模持续扩张



数据来源：Wind、开源证券研究所

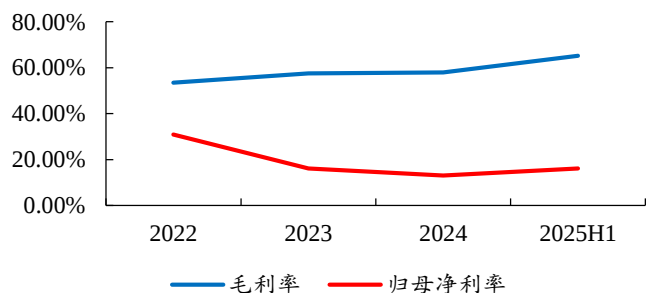
图13：创想三维净利润 2025Q1 重回增长轨道



数据来源：Wind、开源证券研究所

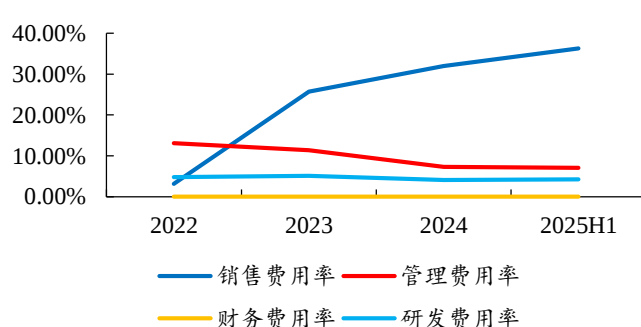
毛利率稳定维持高位，净利率因费用投放加大阶段性承压。2022-2024 年公司毛利率维持在 28%+，且呈现稳步增长势头。受营销费用加大投放影响，公司期间费用率呈明显上升态势，主系公司销售费用率快速提升，从 2022 年 8.1%提升至 14.6%，公司管理费用率随着营收规模的扩张有所下降，研发费用率保持在 6%+。综合影响下，公司 2022-2024 年净利率从 7.72%下降至 3.87%，2025Q1 修复至 11.52%，净利率水平明显提升。

图14：毛利率稳定维持高位



数据来源：Wind、开源证券研究所

图15：销售费用投放加大



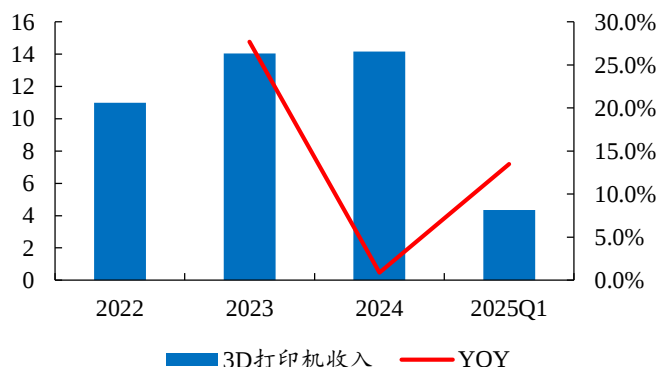
数据来源：Wind、开源证券研究所

3D 打印机主业仍是基本盘，业务多元化则逐步打开第二增长曲线。3D 打印机主业节奏清晰：2022-2023 年行业高景气下，该业务收入从 10.995 亿元跃升至 14.038 亿元，YOY 达 27.7%，印证初期需求释放；2024 年受行业需求阶段性调整影响，收入微增至 14.161 亿元，YOY 回落至 0.9%，但基数效应下的趋稳已体现业务韧性；

2025Q1 该业务收入回升至 4.341 亿元，YOY 修复至 13.5%，需求端回暖的信号已较为明确。

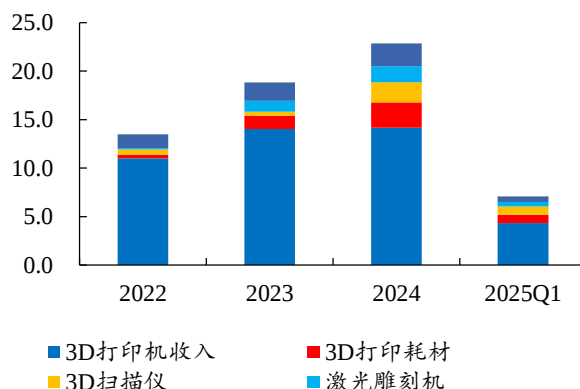
更值得关注的是多元化业务的弹性：3D 打印耗材从 2022 年 0.4 亿元增至 2024 年 2.6 亿元，2023-2024 年同比增速分别达 250%、85.7%，完成从“配套”到“增量”的角色转变；3D 扫描仪业务实现突破性增长，2024 年收入 2.1 亿元，较 2023 年 0.4 亿元激增 425%，成为新的收入亮点；激光雕刻机、配件及其他业务也保持扩张，2024 年收入分别达 1.6 亿元、2.4 亿元，较 2022 年基数均实现数倍增长。

图16：3D 打印机收入为核心基本盘



数据来源：Wind、开源证券研究所

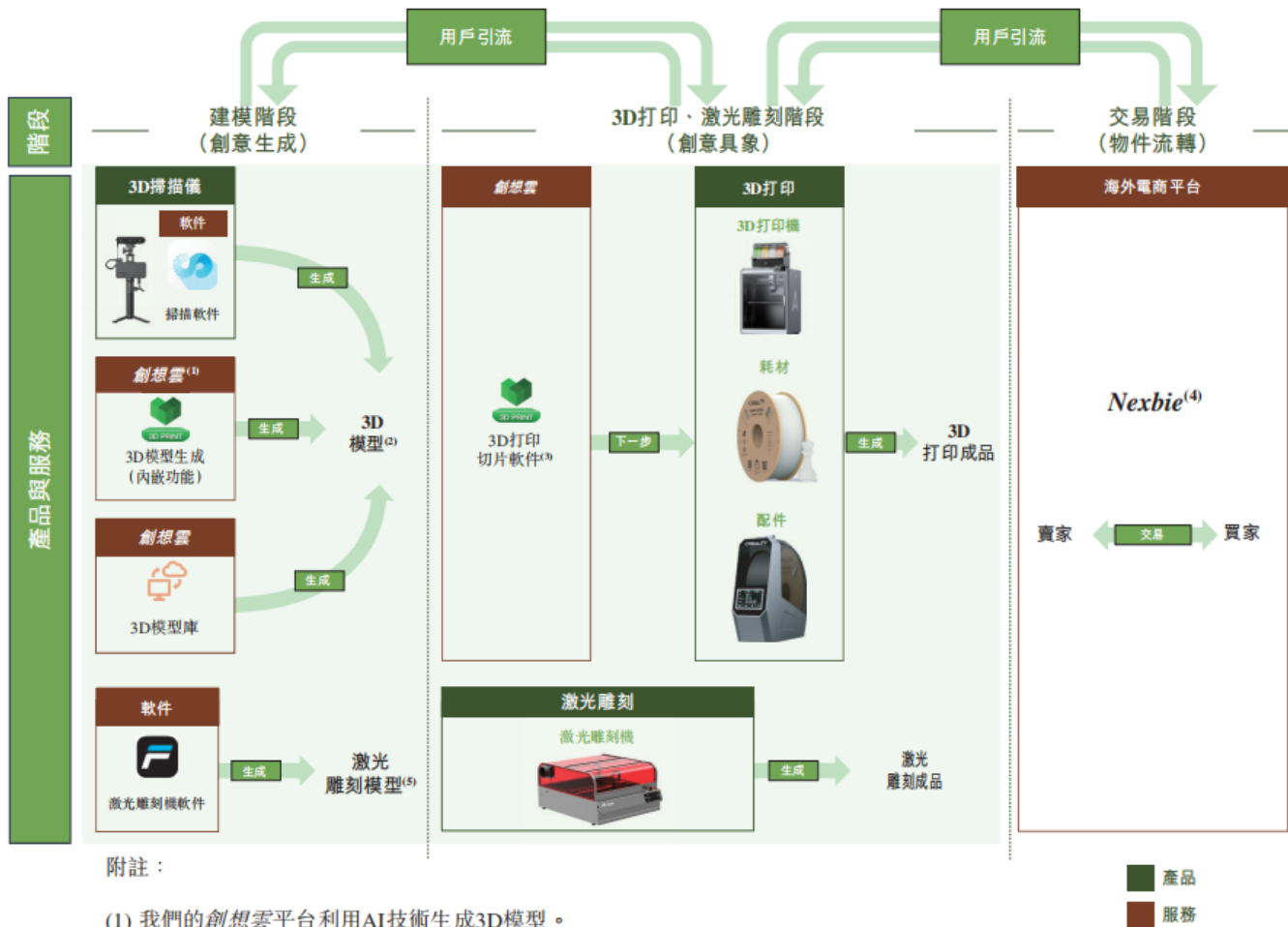
图17：创想三维业务多元化扩张



数据来源：Wind、开源证券研究所

创想三维已经从单一设备厂商转向“设备+耗材+配套产品”综合方案商。从业务流程来看，公司已构建起覆盖“建模-生产-交易”的完整闭环。在生产环节，公司的产品矩阵已从 3D 打印机延伸至激光雕刻机，同时配套了切片软件、耗材及配件，形成“硬件+软件+耗材”的协同效应。这一模式使得用户在购买设备后，后续的耗材复购和软件服务将成为持续的收入来源，显著提升了客户生命周期价值。在交易环节，公司依托“Nexbie”海外电商平台实现了打印成品与雕刻作品的流通，让个人创作者的成果可直接转化为商品，进一步激活了 C 端用户的创作热情，也为平台积累了海量的 UGC 内容。从用户结构上看，公司的客群正从“专业爱好者”向“大众消费者”渗透，同时深度覆盖企业级用户。在 C 端，通过降低创作门槛，吸引了大量家庭用户与入门创作者；在 B 端，其设备与方案已广泛应用于生活用品、工业零部件、医疗辅具、教育等多元场景，构建起“ToC+ToB”双轮驱动的增长引擎。我们认为，创想三维的转型本质是从“卖设备”到“卖生态”的升级。随着 3D 打印技术的普及，单纯的硬件竞争将陷入价格红海，而公司通过“设备绑定耗材、内容激活用户、平台沉淀流量”的生态模式，建立起了难以复制的竞争优势。

图18：创想三维已从单一设备厂商转向“设备+耗材+配套产品”的综合方案商



资料来源：创想三维招股说明书

从市场份额维度看,2024 年全球消费级 3D 打印机市场头部集中度较高,按 GMV 口径计算,行业 CR5 合计超 70%。创想三维以 11.2%的市占率位列全球第二,与排名第三、第四的厂商差距微弱,行业第二梯队竞争较为激烈,整体呈现“一超多强”的竞争格局。

产品力层面,公司核心参数表现突出:一是打印效率领先,打印最快速度达 600mm/s,处于行业第一梯队,较“公司 A”(300mm/s)提速 100%;二是色彩能力优异,支持 16 色打印,与“公司 B”同为行业少数覆盖高色彩配置的厂商,优于多数竞品的单色/8 色方案;三是智能化配置稀缺,配备多故障 AI 检测功能,其他头部企业暂未实现该功能落地。

表5：创想三维消费级 3D 打印机累计出货量与市占率双居行业前列

排名	公司名称	2024 年消费级 3D 打印机 GMV (百万美元)	按 GMV 计的市 场占有率 (%)
1	公司 A	~730	35.50%

排名	公司名称	2024年消费级3D打印机 GMV (百万美元)	按 GMV 计的市 场占有率 (%)
2	创想三维	~230	11.20%
3	公司 B	~220	10.70%
4	公司 C	~205	10.00%
5	公司 D	~200	9.70%

资料来源：开源证券研究所数据来源：Wind、开源证券研究所

表6：创想三维核心产品参数领先，打印效率与智能化配置突出

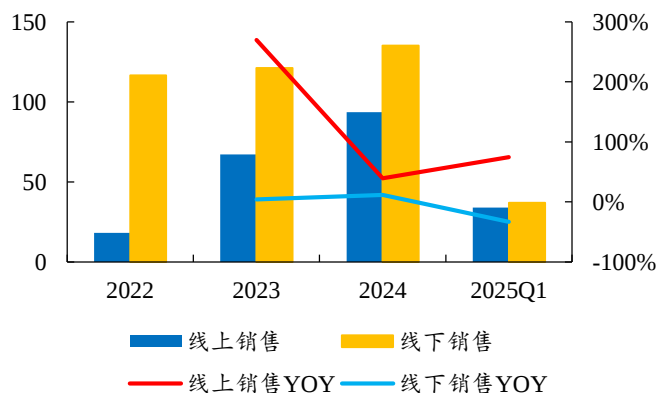
公司名称	打印最快速度	打印成型尺寸	支持色彩数 量	多故障 AI 检 测
创想三维	600mm/s	350*350*350mm	16 色	√
公司 A	300mm/s	800*800*1000mm	单色	×
公司 B	500mm/s	256*256*256mm	16 色	√
公司 C	600mm/s	250*250*260mm	8 色	×
公司 D	600mm/s	220*220*220mm	单色	×

数据来源：Wind、开源证券研究所

分渠道看，公司线上渠道成功打开。公司线上收入在 2022-2024 年期间持续大幅提升，由 1.82 亿元增长至 9.37 亿元（CAGR 达 79.48%），主系在这期间公司大力开拓海外线上渠道，海外线上门店由 2022 年底的 2 家增加至 42 家。对比看，公司线下渠道并未受到冲击，2022-2024 年由 11.6 亿元增长至 13.5 亿元（CAGR 为 3.32%）。

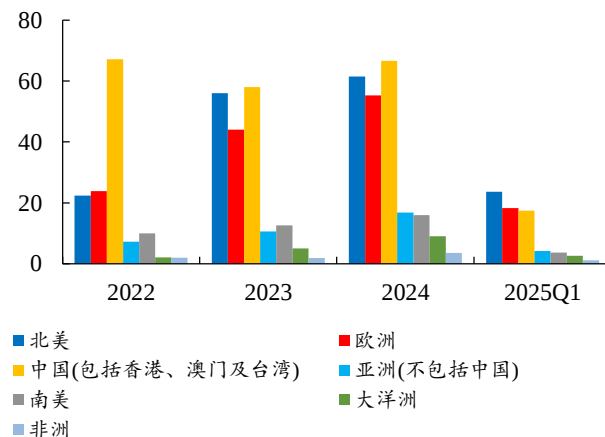
分地区看，截至 2025 年 3 月 31 日，公司通过经销商网络有效覆盖全球市场约 140 个国家和地区，包括 74 间门店、2163 家国内及国际经销商以及销售团队。海外市场表现尤为亮眼，北美与欧洲贡献超五成营收，2022-2024 年复合增速达 59.17%；新兴市场加速突破，大洋洲、非洲市场同期复合增速分别达 107.08%、35.82%，全球化布局成效显著。

图19：线上渠道收入增长，成为核心增长引擎



数据来源：创想三维招股说明书、开源证券研究所

图20：全球化布局成效显著，海外市场收入高速增长



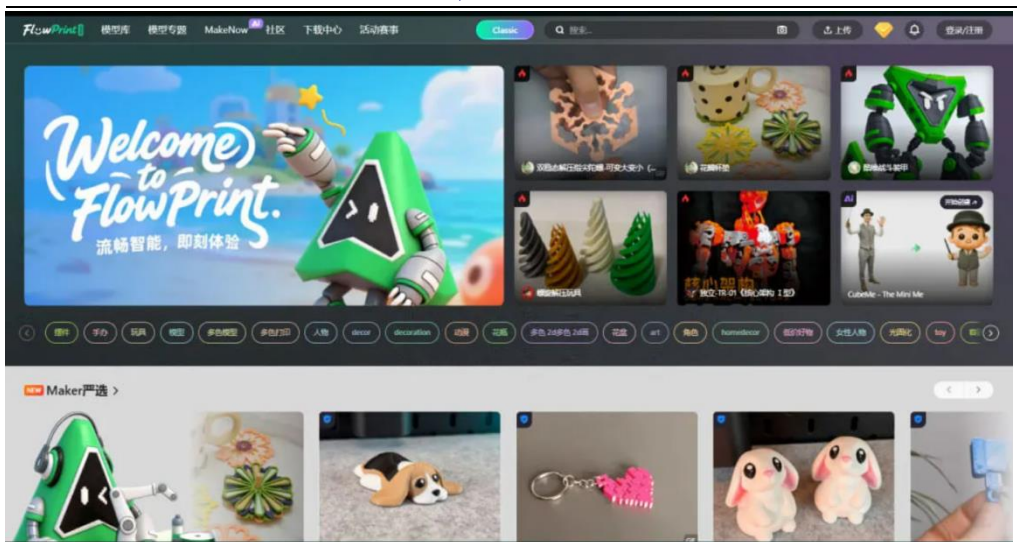
数据来源：创想三维招股说明书、开源证券研究所

我们细拆公司募投方向：工业级产品拓展与生态化布局为重点。

工业级 3D 打印成为战略延伸重点。公司计划利用 IPO 募资加强工业级技术研发，聚焦汽车零部件、航空航天、医疗等高端应用场景，开发金属 3D 打印设备及专用耗材。当前全球工业级 3D 打印市场规模增速达 25% 以上，显著高于消费级领域，公司凭借消费级市场积累的供应链管理能力和成本控制经验，有望快速实现工业级产品的商业化落地，推动毛利率进一步提升。

生态化布局进入价值兑现期，公司将重点推动创想云与 Nexbie 平台的商业化升级。创想云计划引入付费会员体系，针对专业设计师推出高级建模工具及版权保护服务；Nexbie 平台将加强与跨境电商的合作，拓展 3D 打印成品在家居装饰、个性化礼品等领域的销售，同时探索与消费电子、智能家居企业的跨界合作，打造“3D 打印+”应用场景，提升生态整体价值。

图21：创想三维持续升级云平台社区，发布 FlowPrint



资料来源：创想三维公司官网

4.2、拓竹科技：产品引爆市场，消费级 3D 打印机龙头未来可期

技术+生态构建双重护城河。公司以 25% 营收投入研发，形成 300+ 全球核心专利，产品力的爆发始于 2022 年首款旗舰机型 Bambu Lab X1 的推出。该机型以 500mm/s 的打印速度、16 色打印能力，搭配 AI 自动校准系统，凭借超强性能与高性价比迅速引爆市场。基于 X1 的成功经验，公司快速推出性能稳定、定价更亲民的 P1 系列，精准切入 C 端家庭消费市场；2025 年发布的 H2D 机型则进一步上探至工业级市场，产品价格带持续拓宽，形成了依托爆品 SKU 覆盖全价位段的完整产品矩阵。同时，公司通过 Maker World 模型平台、Cyber Brick 积木生态降低建模门槛，解决消费级市场软件方面核心痛点，构筑差异化竞争优势。

业绩高增验证成长潜力。据 PangJing Media 数据，公司营收从 0 到 60 亿元仅用 5 年，2023 年实现营收 27 亿元、净利润 7 亿元，净利率超 25%；2024 年营收预计

55-60 亿元，净利润近 20 亿元，利润同比翻倍增长，利润率达 30%+。2025 年一季度单季度营收再创新高达 20 亿元。

图22：拓竹科技强化品牌触达与用户体验



资料来源：南方都市报

图23：拓竹科技构建全价位段产品矩阵



资料来源：公司官网

4.3、安克创新：以 UV 打印机切入桌面制造市场，关注 UV 打印机行业前期红利

4.3.1、UV 打印机优势：使用场景较雕刻机丰富，优势为全彩打印&使用门槛较 3D 打印机低&可辅助 3D 打印机和激光雕刻机上色

UV 打印机优势：使用门槛更低&打印色彩更全&应用场景更加丰富

(1) 消费者使用门槛更低：例如 FDM 3D 打印机大众用户难自己设计切片，需要依靠成熟模型社区。相反 UV 打印机因目前为 2.5D 打印，切片设计较为简单，用户可自行通过导入图片设置参数进行打印。

(2) 色彩更全：UV 打印机可以做到全彩打印，而激光雕刻机和 3D 打印机无法做到全彩打印。UV 打印机通过喷墨方式逐层沉积喷 CMYK+白墨墨水，并利用 UV 灯快速固化，可以通过四种颜色不同比例的混合，可以覆盖大部分可见光谱范围，从而做到一体全彩模型。相反光固化 3D 打印机无法做到多色打印，FDM 3D 打印机由于打印时长受限暂时以四色打印为主，如果增加颜色种类则打印时长会显著提升；激光雕刻机目前仅在打印金属时可以做到多色。

(3) 下游场景更加丰富：虽然无法做到激光雕刻机切割功能，但由于可以全彩打印以及支持多种材料打印，UV 打印机可选择的工艺装饰品更多。例如相较于激光雕刻机，UV 打印机可以实现胶卷胶片印刷、DTF 胶片印刷，二者在打印体积上显著高于雕刻机。

(4) 除增量需求外，UV 打印机可辅助为 3D 打印机和激光雕刻机模型上色（由于短时间内二者难以做到全彩打印以及自己上色繁琐），该情况下用户群有重叠。

表7：使用场景与较激光雕刻机丰富，UV 打印机优势为全彩打印&使用门槛较 3D 打印机低&可辅助 3D 打印机和激光雕刻机上色

特点	3D 打印机	激光雕刻机	UV 打印机
----	--------	-------	--------

特点	3D 打印机	激光雕刻机	UV 打印机
是否支持彩色打印	彩打存在浪费材料，时间长问题。且不支持全彩	仅特定材料可彩色	√
是否 3D	√	×	√（全彩 3D 产品已有厂商研发）
形状是否可自定义	√	√（切割）	×（在现有形状材料上打印）， <u>一般情况下消费者可通过 3D 打印机或激光雕刻机打印模型后利用 UV 打印机上色</u>
DIY 属性	强	弱	中等
支持打印模型	各类 3D 模型都可打印， <u>但浮雕、雕花、平面设计等平面艺术品无法打印</u>	深雕、马克杯雕花、服装印花、 <u>拼装模型</u> 、钥匙扣等各类装饰模型	浮雕、马克杯雕花、卷幅模型、DTF 贴纸、灯光、玻璃模型、钥匙扣等各类装饰模型
支持材料	/	纸、木板、亚克力、毛毡、皮革、橡胶、塑料、织物、玻璃等	金属、木材、丙烯、陶瓷、岩石、玻璃、画布、皮革、织物、薄膜等
使用门槛	高（需要依赖成熟的三方或品牌方模型社区）	低（2D，参数设置少）	低（2.5D，参数设置少可直接选自己喜欢的图片）

资料来源：各公司官网、东莞拓远官网、开源证券研究所

- 使用场景上：除切割拼装外，UV 打印机能够应对激光雕刻机大部分场景且支持全彩和宽幅打印

激光雕刻机主要应用场景：拼接模型、深雕模型、马克杯雕花、彩色模型（需特定材质）、服装印花（单色）

- （1）拼装激光切割模型：**利用切割功能切割胶合板后消费者自己拼装。
- （2）深雕模型：**利用激光雕刻木材/石材（如果是石材，可能需要更大功率激光器）实现单色浮雕效果。需要搭载高功率激光器的产品。
- （3）马克杯雕花：**利用激光以及定位件为马克杯实现雕刻。不锈钢表面需要红外激光器。
- （4）彩色模型：**适用于不锈钢、钛等金属材料。

相较于激光雕刻机，UV 打印机除切割拼装外，能够实现马克杯雕花、浮雕等激光雕刻机大部分功能且新增支持全材料的全彩打印以及宽幅打印。根据 Atomm 模型社区下载热度上看，激光雕刻机有 67%场景应用于浮雕、马克杯雕花和平面雕花，这部分与 UV 打印机应用场景类似，因此我们认为 UV 打印机和激光雕刻机存在较大场景重合度。

- （1）马克杯雕花：**相较于激光雕刻机，能够实现全彩打印。
- （2）浮雕模型：**相较于激光雕刻机深雕，UV 打印机浮雕模型能够实现多种色彩并且更具备艺术品特征。

(3) UV 打印机还可实现胶片胶卷打印、DTF 胶片打印。其中胶片胶卷打印可实现更大尺寸全彩印刷。

- 使用门槛上：UV 打印机切片参数设置复杂度较 3D 打印机低因此预计对模型社区依赖度不高

UV 打印机使用流程：安克创新切片软件为例，软件自带元素可直接编辑，此外用户可自行导入图片进行编辑，图片和元素设置完成后选择打印模式、材料、打印质量等简单参数即可预览打印。由于参数设置简单，用户可 DIY 全彩打印，因此相较于 3D 打印机对模型社区的依赖度有所降低。

3D 打印机使用流程：拓竹科技切片软件为例，切片参数涉及质量、强度、支撑以及其他四大部分，其中质量又涉及层高、接缝、首层等设置，强度涉及墙层数、顶部/底部外壳、稀疏填充等设置。切片参数设置较 UV 打印机复杂，且参数设置能够直接影响 3D 打印机成功率，对于普通消费者来说参数设置复杂因此更为依赖成熟的模型社区。

- 色彩表现上：3D 打印机旗舰机型多为四色打印，UV 打印机可做到全彩打印且打印速度不低

UV 打印机多色打印的优势：能够做到全彩，3D 打印机目前多为四色打印（若更多色的打印时长预计成倍增加）

(1) FDM 3D 打印机：目前较好解决方案的为旗舰类产品例如拓竹 H2C 以及快造 U1，分别可实现最多 24 色和 4 色打印（多一色打印时长都会成倍增加），但无法实现全彩打印，模型社区大多以四色产品为主。如果采用其他非多色打印且中低端 3D 打印机，则废料数量和时打印长会显著增加。例如采用普通价格段产品，打印较大体积模型所需时间普遍接近 1 天或超 1 天。

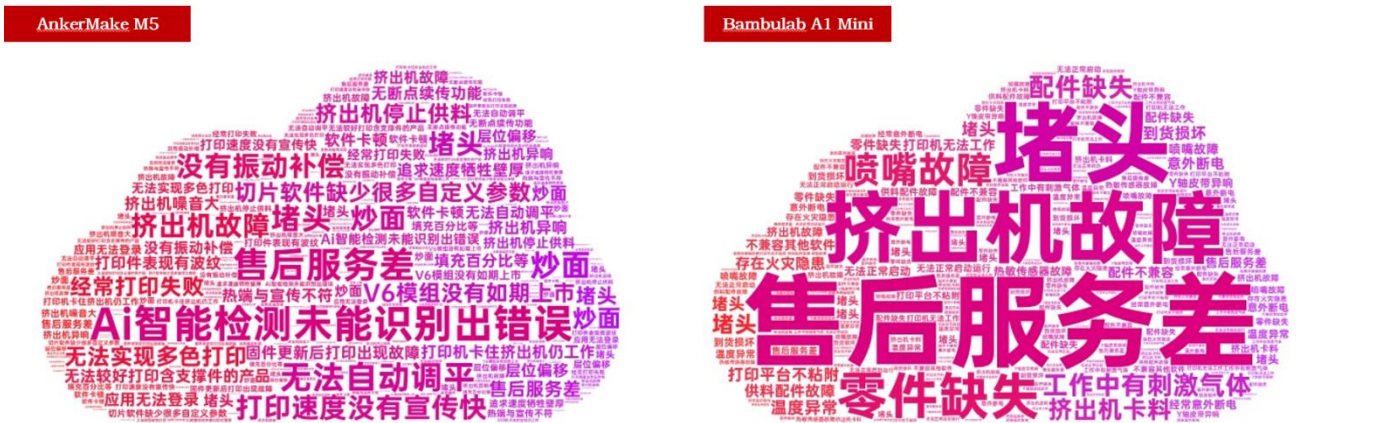
(2) 光固化 3D 打印机：目前基本为单色打印，少数产品例如纵维立方 P1 可实现双独立打印，但无法做到一体多色模型。

(3) UV 打印机：通过喷墨方式逐层沉积喷 CMYK+白墨墨水，并利用 UV 灯快速固化。通过四种颜色不同比例的混合，可以覆盖大部分可见光谱范围。此外，由于为 2.5D 模型，多色打印情况下速度也比较快，以长朗科技 (Longer) 产品为例，打印速度为 2~4m³ /h，打印较大尺寸海报的话一天最多可打印 26 个单位；以安克创新产品为例，打印较大尺寸海报的话一天最多可打印 10 个单位。

4.3.2、安克创新 UV 打印机是否会重蹈 3D 打印机覆辙：预计概率相对较小

公司 3D 打印机失败复盘：(1) 产品同步拓竹发布，但输在产品稳定性差（例如从亚马逊负面反馈上看 M5 产品存在多项软硬件问题）；(2) 早期产品团队研发经验不足，没有研发高速 3D 打印机产品经验，最终产品速度过快情况下导致堵头、炒面等情况，打印成功率较低；(3) 没有构建好生态，无成熟模型社区，从而提高消费者使用门槛。

图24：相较于拓竹科技 A1 产品，公司 M5 产品负面反馈较多



资料来源：美国亚马逊

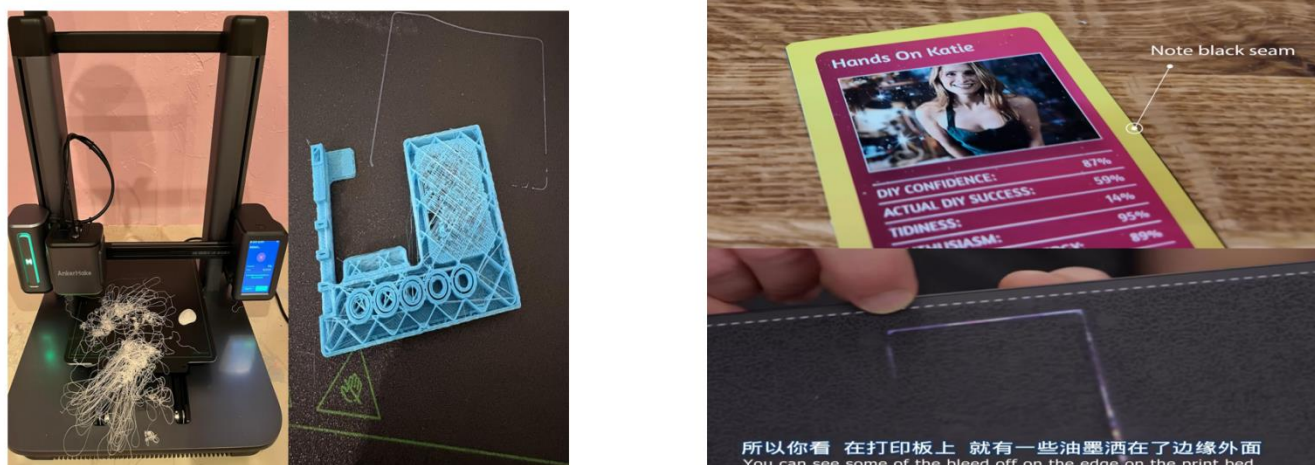
公司 UV 打印机进展：(1) 量产进度领先同行。公司 UV 打印机已逐步批量出货；Longer 计划 2026 年 6 月逐步批量发货。而其他厂商例如 Xtool、拓竹等量产产品尚未发布。不同于此前 3D 打印机处在同一起跑线，公司在 UV 打印机领域尚有量产领先优势。(2) 产品稳定性维度，有待提升但没有 3D 打印机瑕疵大，竞争对手产品稳定性暂未知。不同于此前 3D 打印机出现炒面、堵头等直接打印失败情况，当前 UV 打印机负面反馈主要为打印偏差但偏差距离或可控，产品瑕疵较 3D 打印小。综合预计公司在 UV 打印机领域短时间被竞争对手打败的可能性较此前小但仍需看后续产品表现。

表8：Longer UV 打印机宣传卖点侧重速度以及立体感，公司 UV 打印机侧重墨路自清洁以及定位校准。公司 UV 打印机已率先实现批量

	Longer ePrint	Longer ePrint SE	eufyMake E1
定价（\$）	1899/2999	1499/2199	1699/2499
喷头数量	2	1	1
墨水通道	12	6	6
墨水适配	CMYK+6 通道白墨+2 通道光油墨	CMYK+白墨+光油墨	CMYK+白墨+光油墨
打印面积大小（mm ² ）	310*420	310*420	330*420
打印最大高度（mm）	60	60	5
是否支持三方墨水	✓	✓	/
产品体积（mm*mm*mm）	650*445*330	590*325*330	590*250*407
产品重量（kg）	30	25	20
打印速度（m ² /h）	2（8pass）	2（8pass）	/
	3（6pass）	3（6pass）	
	4（4pass）	4（4pass）	
分辨率（DPI）	1440	1440	1440
宣传卖点	双喷头提升 50~70%打印速度	/	双激光+摄像头保证定位精准； 墨路自清洁系统
量产进度	预计 6 月份批量		截至 2 月 9 日，已累计发货 1.6 万台

资料来源：kickstarter 官网、各公司官网、开源证券研究所

图25：相较于 3D 打印机，目前公司 UV 打印机打印产品瑕疵较小



资料来源：Youtube、Bilibili、reddit 官网、开源证券研究所

5、投资建议

通过上文对 3D 打印行业的梳理与探讨，我们明确了行业市场空间较大且需求持续增加，行业技术处于快速迭代阶段；建议关注技术壁垒已显+产品落地兑现的优质企业。受益标的安克创新、创想三维（即将上市）。

表9：受益标的安克创新、创想三维（未上市）

公司 标的	评级	PE				净利润				EPS			
		2025	2026E	2027E	2028E	2025	2026E	2027E	2028E	2025	2026E	2027E	2028E
安克 创新	买入	25.48	21.88	17.43	14.48	26.17	30.48	38.25	46.05	4.88	5.68	7.13	8.59
创想 三维	未评 级	-	-	-		(1.82)	-	-		-	-	-	-

资料来源：开源证券研究所数据来源：Wind、开源证券研究所（盈利预测为开源证券研究所预测，收盘日截至 2026 年 5 月 25 日）

6、风险提示

海外产品和渠道扩张不及预期的风险。当前欧美为主的海外市场的产品结构、渠道结构与国内存在较大差别，若国内产品或品牌无法更好地适应海外消费者变化的需求，则可能出现销售增长不及预期的风险。

新赛道拓展进度不及预期的风险。若新领域的扩张速度不及预期则或导致公司整体的收入利润产生负向影响的风险。

汇率和政策风险。若汇率存在较大的波动，则会导致相关外销领域的增速受到影响；而关税等贸易政策也会对相关外销领域产生影响，若主要出口国家关税提升则会造成行业整体盈利能力下行和产品竞争力减弱的风险。

特别声明

《证券期货投资者适当性管理办法》、《证券经营机构投资者适当性管理实施指引（试行）》已于2017年7月1日起正式实施。根据上述规定，开源证券评定此研报的风险等级为R4（中高风险），因此通过公共平台推送的研报其适用的投资者类别仅限定为专业投资者及风险承受能力为C4、C5的普通投资者。若您并非专业投资者及风险承受能力为C4、C5的普通投资者，请取消阅读，请勿收藏、接收或使用本研报中的任何信息。因此受限于访问权限的设置，若给您造成不便，烦请见谅！感谢您给予的理解与配合。

分析师承诺

本研究报告的署名人员具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告，并对内容和观点负责。本报告清晰准确地反映了署名人员的研究观点，所包含的分析基于各种假设，不同假设可能导致分析结果出现重大不同。本报告采用的各种估值方法及模型均有其局限性，估值结果不保证所涉及证券能够在该价格交易。本报告署名人员保证他们报酬的任何一部分不曾与，不与，也将不会与本报告中具体的推荐意见或观点有直接或间接的联系。

股票投资评级说明

	评级	说明
证券评级	买入（Buy）	预计相对强于市场表现 20%以上；
	增持（outperform）	预计相对强于市场表现 5%~20%；
	中性（Neutral）	预计相对市场表现在-5%~+5%之间波动；
	减持（underperform）	预计相对弱于市场表现 5%以下。
行业评级	看好（overweight）	预计行业超越整体市场表现；
	中性（Neutral）	预计行业与整体市场表现基本持平；
	看淡（underperform）	预计行业弱于整体市场表现。

备注：评级标准为以报告日后的 6~12 个月内，证券相对于市场基准指数的涨跌幅表现，其中 A 股基准指数为沪深 300 指数、港股基准指数为恒生指数、新三板基准指数为三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）、美股基准指数为标普 500 或纳斯达克综合指数。我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重建议；投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，不应仅仅依靠投资评级来推断结论。

分析、估值方法的局限性说明

本报告所包含的分析基于各种假设，不同假设可能导致分析结果出现重大不同。本报告采用的各种估值方法及模型均有其局限性，估值结果不保证所涉及证券能够在该价格交易。

法律声明

开源证券股份有限公司是经中国证监会批准设立的证券经营机构，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告仅供开源证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告是发送给开源证券客户的，属于商业秘密材料，只有开源证券客户才能参考或使用。

本报告是基于本公司认为可靠的已公开信息，但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。本报告所载的资料、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并非作为或被视为出售或购买证券或其他金融工具的邀请或向人做出邀请。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动，过往的业绩表现不应作为其日后表现的预示。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。客户应当考虑到本公司可能存在可能影响本报告客观性的利益冲突，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素。本报告中所指的投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。本公司未确保本报告充分考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需要。本公司建议客户应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。若本报告的接收人非本公司的客户，应在基于本报告做出任何投资决定或就本报告要求任何解释前咨询独立投资顾问。投资者应自主作出投资决策并自行承担投资风险，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

开源证券在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或进行证券交易，或向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务在内的服务或业务支持。开源证券可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系，并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

本报告的版权归本公司所有。本公司对本报告保留一切权利。未经本公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。

开源证券研究所

上海

地址：上海市浦东新区世纪大道1788号陆家嘴金控广场1号楼3层
邮编：200120
邮箱：research@kysec.cn

北京

地址：北京市西城区西直门外大街18号金贸大厦C2座9层
邮编：100044
邮箱：research@kysec.cn

深圳

地址：深圳市福田区金田路2030号卓越世纪中心1号楼45层
邮编：518000
邮箱：research@kysec.cn

西安

地址：西安市高新区锦业路1号都市之门B座5层
邮编：710065
邮箱：research@kysec.cn