

证券代码：301603

证券简称：乔锋智能

乔锋智能装备股份有限公司

2025 年 11 月 3 日投资者关系活动记录表

编号：2025-011

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：电话会议
参与单位名称	10 月 28 日：东北证券 1 人、民生证券 1 人、东莞证券 1 人、国泰海通证券 1 人、国投证券 3 人、华创证券 1 人、华金证券 1 人、华西证券 1 人、中信建投证券 1 人、申万宏源研究 1 人；南方基金 1 人、平安基金 5 人、中银基金 1 人、格林基金 1 人、国金基金 1 人、国联基金 1 人、创金合信基金 1 人；北京沅沛投资 1 人、上海华泓资管 1 人、上海勤辰私募 1 人、新华资产 1 人、阳光资产 1 人、长城财富保险资管 1 人； 10 月 30 日：华西证券 1 人、华安基金 2 人、国泰基金 1 人、长城基金 1 人、中加基金 1 人、中金公司 1 人、河清资本 1 人、光大永明人寿 1 人、磐泽资产 1 人、Stoneylake Asset 1 人、浙江永安国富资产 1 人； 11 月 3 日：华西证券 1 人、国寿安保基金 3 人。
时间	2025 年 10 月 28 日 16:30-17:30； 2025 年 10 月 30 日 15:00-16:00、16:30-17:10； 2025 年 11 月 3 日 14:00-15:00。
地点	进门财经平台； 腾讯会议。
上市公司接待人员姓名	1、副总经理、董事会秘书：陈地剑 2、证券事务代表：王璐 3、证券事务专员：汪泳展
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司简介 乔锋智能于 2024 年 7 月上市，主营业务为金属切削数控机床（亦被称为“工业母机”），产品主要应用于消费电子、汽车、模具、通用设备、航空航天等精密金属零部件加工领域，以及人形机器人、AI 服务器液冷散热等新兴领域。公司数控机床均为自主研发、自主生产，以自有品牌销售，直销占比超过 80%。 二、2025 年前三季度业绩情况

	（一）2025 年前三季度业绩表现 2025 年前三季度公司实现营业收入 18.71 亿元，同比增长 56.71%；归母净利润 2.77 亿元，同比增长 83.55%；扣非净利润 2.70 亿元，同比增长 83.12%。营业收入和利润规模均已超过 2024 年全年。2025 年第三季度单季实现营业收入 6.57 亿元，较上年同期增长 69.98%；归母净利润 9,767.56 万元，同比增长 182.23%，扣非后归母净利润 9,304.90 万元，同比增长 166.37%。净利润增速高于营收，盈利能力稳健，成本、费用管控效果明显，显现出持续向好的经营态势。 （二）业绩增长驱动因素 （1）下游行业景气度持续提升：受益于下游行业需求持续回暖，公司订单量大幅增加，前三季度在消费电子、工程机械、汽摩配件（主要为新能源汽车）、模具领域增长显著，通用设备行业亦恢复增长。 （2）扩产项目投产，产能提升：机床行业是需长期专注的长寿行业，公司愿景为“树百年企业，做行业领先数控装备提供商”。因此发展前期未盲目扩规模，而是沉下心打磨技术、品质与生产体系能力，后续逐步启动扩产。近两年扩产项目陆续投产后，品质稳中有升，产能快速提升，为公司开拓客户（尤其是消费电子、新能源汽车等重点领域大客户）提供有力支撑；叠加公司对上述行业及客户的资源投入，2024 年起上述领域和客户的销售收入占比快速提升，成为公司增长的强大动力。随着生产规模扩大，规模效应逐步释放，进一步支撑利润增长。 （3）市场份额向头部企业集中：中国金属切削机床市场容量巨大，但中小企业居多、市场分散，缺乏行业巨头和标杆。随着制造业转型升级，下游客户对机床产品的效率、精度、可靠性甚至自动化组线能力都提出了更高要求，中小企业因技术投入、产品口碑、资金限制、市场影响力和品牌力等劣势，市场份额逐步向头部企业集中。特别是公司上市后，品牌效益叠加长期对品质重视积攒的产品口碑，获得了比同行业公司更多的市场机会。据公司数据，客户复购率明显提升，进一步印证产品口碑与头部集中趋势。 （4）新产品成为增长新动能：2020 年以来，公司在原有产品线基础上持续拓展，陆续开发出数控车床、数控磨床、高端卧加、五轴
--	--

加工中心及配套自动化线等传统领域新产品，目前这些新产品均已实现市场销售并贡献业绩。同时，公司自主研发的主轴、动力刀塔、转台等核心部件，已广泛应用于各类产品中，既提升了产品竞争力，又降低了生产成本。上述新产品的批量销售与核心部件的规模化应用，共同构成了公司业绩增长的新引擎。

三、问答交流

1、公司 2025 年前三季度销售业绩亮眼，服务的主要下游行业及销售占比情况如何？以及公司净利润增速高于营收的原因？

下游行业景气度提升，是公司业绩增长的有力支撑：2025 年前三季度公司数控机床销售占比排名较前的行业如消费电子（占比约 25%）、模具（占比约 6%）及工程机械（占比约 5%）都实现了翻倍增长；汽摩配件（占比约 16%，主要为新能源汽车）增长约 80%；占比最大的通用设备（占比约 32%）也从 2024 年小幅下滑到恢复增长，同比增长超过 10%。

净利润增长大于营收增长主要是随着营收增长，规模效应持续显现，在保持产品毛利率相对稳定前提下，期间费用得到较好管控，费用率持续下滑，从而使得净利润率有所提升。

2、2025 年三季度单季毛利率下滑的原因？

公司三季度毛利率同比有小幅提升，环比小幅下滑，整体相对稳定。环比有小幅下滑主要受以下两方面因素影响：一是受公司第三季度降价促销处理一批龙门加工中心、数控车床等库龄较长的库存产品；二是公司新培育的高端卧加产品销售收入增加，但因该类产品处于市场开拓前期，加上尚未实现规模化生产导致的成本较高，从而毛利率较低。

3、公司在液冷散热、机器人、航空航天等新兴领域的布局？

公司高度关注液冷散热（含新能源汽车、AI 服务器）、机器人、航空航天等下游新兴领域机会。AI 服务器算力密度提升，功耗激增，需要更高的散热效率和效果，因此对液冷散热需求快速提升；新能源汽车则需依托液冷技术升级电池热管理。液冷散热核心部件如液冷

板、接插头需要数控机床加工，且对加工的“精度、效率”要求较高，对此，公司依托高速钻攻中心、立式加工中心、数控车床等产品，针对性调整设备参数适配需求，更好匹配客户加工场景，有效满足客户液冷散热核心部件的加工需求。

机器人领域，尽管行业仍处于早期阶段，对公司业绩贡献很小，但基于机器人行业和机器人技术快速发展，公司高度重视，并将保持战略定力持续投入研发资源。同时，公司参股投资了下游机器人企业上海开普勒机器人，通过股权合作和技术业务合作，既助力下游企业硬件制造升级，也推动公司自身在人形机器人加工设备方面的开发与迭代。为未来行业潜在市场放量储备技术和产品能力。

航空航天领域客户订单充足，因此具有较强的设备采购需求。该领域的订单以公司龙门加工中心为主，公司具备承接该领域订单的能力。

4、公司东莞、南京基地的产能否支撑后续增长？

2023 年开始公司东莞、南京新建产能陆续投产，新建产能持续爬坡后，可以较好支撑未来两三年的发展，产能紧张情况得到大幅缓解。公司将结合市场发展和下游行业需求，合理有序进行销售预测和产品安全库存备货，同时开始着手新产能布局。经过多年打磨沉淀，公司已经建立了一个高效的单元化、模块化、可复制的生产管理和品质检测体系，具有较强的产能建设和扩张的能力，可以根据市场发展需求较快调整产能布局。

5、公司消费电子领域的 3C 业务的增量来源是什么？

公司消费电子领域增量主要来自两方面：一是 3C 行业高景气叠加国补政策推动，市场 3C 产品整体需求增长，带动公司 3C 相关订单同步增加；二是折叠屏手机发展，加工量显著增加，加工设备需求也随着增长；同时，消费电子客户订单通常量大、交期短，公司因前期产能限制，消费电子占公司整体收入比重较小。随着公司新建产能

投入使用，消费电子收入占比有较大提升空间。

6、公司业绩增速跑赢同行可比公司的原因是什么？

2025 年前三季度，公司实现营收同比增长 56.71%，净利润同比增长 83.55%，业绩增速较上半年进一步提升，高于同行可比公司平均水平。具体分析如下：

（1）**产品差异性：**公司以立式加工中心（包含钻攻机）为主，立式加工中心较多应用于消费电子、新能源汽车、自动化等零部件加工，2025 年上述行业景气度较高，因此公司业绩增速显著高于华东几家以龙门加工中心等产品为主的同行。

（2）**产能释放支撑：**此前公司产能较小，产能瓶颈限制公司发展，2023 年后随着公司新建项目陆续投产和生产品控体系完善，产能持续爬坡，为公司业务拓展奠定了坚实的交付基础，促进公司开拓消费电子、新能源汽车等重点行业及重点客户，有效支持公司营收及利润规模增长；

（3）**销售模式优势：**公司以直销模式为主，直销比例超过 80%。相较于部分同行公司以经销为主的销售模式，公司直销模式可有效减少中间环节成本，可以更敏捷、高效了解和满足市场需求，更好为客户提供售前、售后服务；

（4）**产品口碑积累：**公司重视对产品技术和品质的投入，因此产品在中市场积累了较好的口碑，加上公司 2024 年完成上市，品牌影响力进一步提升；

（5）**核心零部件自制：**为更好把控产品品质，公司在制造端更多采用自制模式，并不断提高主轴、转台、动力刀塔等核心部件自研自制比例，主要工序和核心部件自制，既提高生产效率、产品品质，增加产品销售亮点，也获得了部分制造环节和核心部件的利润，从而提高了整体毛利率，助力业绩增速跑赢同行。

7、立式加工中心单价远比不上龙门、卧式加工中心，毛利率为何相当甚至更高？

立式加工中心单价低于动辄百万起步的龙门、卧式加工中心，但因为立式加工中心标准化程度较高，且市场需求量较大，更加适用标准化、批量化生产，标准化和批量生产不仅能提升生产效率，降低制

	造费用，亦为上游物料标准化带来降本空间。同时因为龙门加工中心和卧式加工中心等大型设备的单价高，单台毛利额相比立式加工中心也可能更高，但大型设备的物料占比更高，原材料成本占比更高也影响其整体毛利率水平。
附件清单 (如有)	无
日期	2025 年 11 月 3 日