

证券代码： 002403

证券简称： 爱仕达

爱仕达股份有限公司投资者关系活动记录表

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	Maybank Investment Bank : Nik Azhan ; Permodalan Nasional Berhad: Faizol Ismail ; Tundra Fonder: Mattias Martinsson; 国泰海通证券: 朱默辰
时间	2026 年 5 月 13 日
地点	公司智能谷会议室
上市公司接待人员姓名	1、董事、副总经理陈灵巧 2、董事会秘书朱宇琛 3、钱江机器人总经理梁锐
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">投资者提出的问题及公司回复情况</p> <p style="text-align: center;">1、请介绍公司机器人业务的发展现状和规划。</p> <p>答：公司于 2016 年并购钱江机器人，是中国较早布局机器人制造的企业。2025 年，公司的机器人本体出货量创历史新高。2026 年则进一步核心聚焦平台化、模块化开发，计划年内完成核心平台设计，长期目标是成为世界级机器人公司，目前正按阶段逐步推进。</p> <p>公司将机器人业务定位为第二增长曲线，聚焦核心技术自主可控，以“核心部件 + 整机 + 应用集成 + 服务”全链条布局，打造高性价比、高可靠性机器人产品，成为细分领域领先的国产机器人服务商，形成工业机器人 + 人形机器人双产品矩阵，</p>

工业机器人持续扩大行业份额，人形机器人完成技术定型与封闭场景商业化。公司力争成为“最靠谱的国产机器人企业”。

具体从主力产品看，智能焊接机器人目标要做到国内第一品牌，国产六关节机器人的目标销售台数要达国产品牌 TOP3。人形机器人作为公司的新开展业务，主要立足于商业场景的应用落地，即工业、消费服务和远期的厨房场景。当前公司拥有接近 70 款机器人产品，未来将通过模块化、标准化设计减少 SKU 数量，以此提升单款产品的产销量，摊薄成本。

结合市场细分行业，公司已确立在通用工业（含机床）、3C 电子、抛磨和铸造四大领域深耕拓展。其中，依托爱仕达多年金属加工制造经验，公司机器人业务核心聚焦智能焊接、智能切割、智能磨抛三大领域，在免示教智能焊接领域，市场份额已经处于领先地位。

2、请问公司机器人业务占比多少？主业和机器人如何协同，工业机器人和人形机器人如何协同？

答：您好。2025 年机器人业务收入占公司营收比例约 12%。

公司工业机器人业务从进入伊始，就与炊具主业高度协同，机器人产品一直应用在公司炊具产线中，是公司智能制造的重要环节。而工业机器人在产线的已有积累，也有望为将来人形机器人的场景落地打下基础。

人形机器人方面，爱仕达炊具板块有 9000 个业务网点遍布全中国，在过去的五一假期，部分营业网点已经开始使用人形机器人做商业推广，取得了良好效果。此外，ASD 的炊具产品主要应用于家庭厨房，未来，这将为入形机器人产品在家庭厨房场景下提供了全方位的训练场景与充分的数据收集基础，为入形机器人在智慧厨房场景的融入提供了得天独厚的应用条件。

关于工业机器人和入形机器人的协同，主要体现在下：

（1）技术协同：工业机器人沉淀的伺服系统、控制器、减速器、运动控制算法、结构设计、可靠性设计，可直接迁移用于

人形机器人核心部件研发，大幅降低研发试错成本；人形机器人研发突破的一体化关节、高动态运动控制、多自由度协同、AI 视觉感知，反向赋能工业机器人，提升机器人高柔性等技术性能，取得优势。

(2) 供应链与产能协同，两类机器人核心零部件高度同源（伺服、编码器、减速器、驱动器），可共用部分供应链体系、规模化采购降本，共用核心部件产线，摊薄生产成本；同时，工业机器人成熟的质量管控、DFMEA、VAVE 降本、测试验证体系，有望直接应用到人形机器人开发，提升可靠性与量产效率。

(3) 市场与客户协同，工业机器人深耕的制造业产线自动化场景，是人形机器人落地的目标场景之一，可快速实现人形机器人工业场景验证与商业化；人形机器人的技术品牌，可提升工业机器人企业品牌形象，反哺工业机器人高端市场拓展，增强客户粘性。

3、请问公司跟目前主流的人形机器人公司相比有何差异化？

答：爱仕达与当前主流的人形机器人公司的核心差异化，聚焦于“场景落地优先”与“通用技术研发优先”的路线差异：爱仕达以自有垂直应用场景为核心切入点，计划优先将人形机器人落地于自身布局的炊具商超专卖店、厨房配套场景、自有工厂产线等场景，通过真实场景的高频次作业打磨产品性能、优化算法模型，待产品成熟度达到规模化标准后，再逐步向外部市场拓展，实现“场景赋能技术，技术反哺市场”的良性循环。

我们理解，当前主流的人形机器人公司，则侧重于人形机器人本体技术性能的极限突破（如运动灵活性、负载能力、续航时长等），以及通用大模型的研发与迭代，聚焦于技术通用性与前瞻性，场景落地多以试点示范为主。大部分人形机器人公司，尚未形成自有核心场景的规模化应用闭环。

	<p>4、现在炊具市场竞争激烈，公司如何应对？</p> <p>答：公司从以下几个方面来应对激烈的市场竞争：</p> <p>（1）行业地位方面，爱仕达是拥有全球最大的锅具生产基地的公司之一，是中国头部国民品牌，多年来也为 Calphalon、LE CREUSET、Cuisinart、双立人等众多知名国际品牌提供代工生产，其中部分高端客户选择公司作为其独家代工商。所以我们的客户基础扎实、业务稳定。</p> <p>（2）市场定位方面，公司产品聚焦中高端市场，技术与工艺处于全球顶尖水平，具备较强的竞争力，我们的代工价格与市场水平相比也有明显溢价。</p> <p>（3）品类拓展方面，针对锅具复购率相对较低的特点，通过拓展家居用品品类（陶瓷杯、保温杯、砧板等）提升整体复购率，该品类的营收增长可观。</p> <p>（4）渠道调整方面，在巩固线下渠道的已有份额优势基础上，公司重点拓展传统电商、直播电商和跨境电商三个方向，近年来线上业务的营收占比提升迅速。2025年，线上业务在炊具内销板块中占比已经接近一半，对公司的盈利和现金流都有很好的支撑作用。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2026年5月14日